



TURAN
UNIVERSITY

Қазақстан Республикасының
білім және ғылым министрлігі

**«ТУРАН»
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ**
Ғылыми журнал

ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА

«ТУРАН»
Научный журнал

№ 4 (84)
2019
Алматы

НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

1. Алшанов Р.А. - ректор университета «Туран», д.э.н., профессор, академик Международной инженерной академии, вице-президент Национальной инженерной академии РК, президент Академии экономических наук Казахстана (**председатель совета**)
2. Нурмуханова Г.Ж. - проректор по стратегическому развитию, науке и инновациям университета «Туран», д.э.н., профессор (**зам. председателя совета**)
3. Алиев У.Ж. - вице-президент корпорации «Туран», д.э.н., профессор
4. Александрова А.Ю. - профессор Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (РФ), д.г.н.
5. Акимжанов Т.К. - директор Научно-исследовательского института права, д.ю.н., профессор
6. Арупов А.А. - директор Института мировой экономики и международных отношений, д.э.н., профессор, академик МАИ
7. Аханов С.А. - почетный председатель Совета Ассоциации финансистов Казахстана, д.э.н., профессор университета «Туран»
8. Абдиев К.С. - проректор по учебно-методической и воспитательной работе университета «Туран», д.п.н., профессор университета «Туран»
9. Баишев Ж.Н. - председатель Суда Евразийского экономического союза, к.ю.н., профессор университета «Туран»
10. Гизе Р. - Университет прикладных наук Циттау-Герлиц (Германия), член университетского надзорного совета Hochschulrat, д.э.н., профессор
11. Дан Джим - Государственный Пенсильванский университет (США), PhD, профессор
12. Джанпаров Б.А. - генеральный директор Ассоциации пользователей научно-образовательной компьютерной сети Казахстана «КазРЕНА», д.т.н., профессор
13. Зоркальцев В.И. - Институт систем энергетики им. Л.А. Мелентьева СО РАН (РФ), д.т.н., профессор
14. Ержанов М.С. - сопредседатель Форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии, д.э.н., профессор
15. Калимолдаев М.Н. - директор Института проблем информатики и управления МОН РК, д.ф.-м.н., профессор
16. Козлов В.В. - профессор Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова (РФ), д.психол.н.
17. Мукамбаева Г.А. - Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына, д.ю.н., профессор
18. Петров П.С. - Великотырновский университет (Болгария), PhD
19. Попков В.К. - профессор кафедры сетевых информационных технологий Новосибирского государственного технического университета (РФ), д.ф.-м.н.
20. Тазабеков К.А. - президент Казахстанской ассоциации маркетинга, профессор университета «Туран»

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

1. Алшанов Р.А. - **главный редактор**, ректор университета «Туран»
2. Нурмуханова Г.Ж. - **зам. главного редактора**, проректор по стратегическому развитию, науке и инновациям университета «Туран»
3. Акимжанов Т.К. - директор Научно-исследовательского института права, д.ю.н., профессор
4. Алиев У.Ж. - вице-президент корпорации «Туран»
5. Тазабеков К.А. - первый проректор университета «Туран»
6. Абдиев К.С. - проректор по учебно-методической и воспитательной работе университета «Туран»
7. Тусупова Л.А. - проректор по внешним связям, международной аккредитации и поствузовскому образованию, д.э.н., профессор университета «Туран»
8. Бычкова С.Ф. - депутат Мажилиса Парламента РК, д.ю.н., профессор университета «Туран»
9. Биктеубаева А.С. - зав. кафедрой учета и аудита, к.э.н.
10. Бузело А.С. - зав. кафедрой журналистики и переводческого дела, к.филол.н.
11. Вуколов В.Н. - директор Научно-исследовательского института туризма университета «Туран», д.п.н., профессор
12. Дадабаева Д.М. - зав. кафедрой мировой и национальной экономики, к.э.н.
13. Ералина Э.М. - зав. кафедрой менеджмента, PhD
14. Ерубаяева Г.К. - зав. кафедрой туризма и сервиса, к.б.н.
15. Куандыкова Д.Р. - декан факультета «Академия кино и телевидения», к.т.н.
16. Курбатова Н.В. - **редактор**, руководитель редакционно-издательского отдела
17. Разакова Д.И. - декан экономического факультета, к.э.н., PhD
18. Селезнева И.В. - зав. кафедрой финансов, д.э.н., профессор
19. Тлеубердинова А.Т. - зав. кафедрой маркетинга и логистики, д.э.н.
20. Төлен Ж.М. - зав. кафедрой регионоведения и международных отношений, PhD
21. Уранхаева Г.Т. - декан гуманитарно-юридического факультета, д.полит.н.

В НОМЕРЕ

1 ЭКОНОМИКА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

Турекулова Д.М., Мухамбетова Л.К., Байзаков Н.А. Инновационная деятельность предприятий Казахстана	9
Kashuk L.I., Bekniyazova D.S., Vespaly S.V., Zakirova D.I. Tendencies and features of innovative policy of foreign countries (on the example of USA, Japan and European union).....	15
Дауренбекова А.Н., Залучёнова О.М. Инновационный подход к реализации промышленной политики Республики Казахстан.....	21
Рахметулина Ж.Б., Ауелбекова А.К. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетіне әсер ететін факторларды жіктеу	27
Abaydullayeva M.M., Khadzhiyeva G.U., Arupov A.A., Tusupova L.A. Potential for development of integration cooperation of Central Asian countries.....	32
Onyusheva I.V. The issue of strengthening anti-globalist movement within the current world economy	39
Саханова Г.Б. Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия государства и бизнеса.....	45
Смагулова З.К., Солтангазинов А.Р. Государственно-частное партнерство как фактор устойчивого социально-экономического развития	50
Orazalinov M.N., Dadabayeva D.M., Nyetalina G.K. Collaboration model of government and private partnership	55
Тлеубердинова А.Т., Баймбетова А.Ә., Абдулина Б.А. Инновациялық маркетингтің ғылыми тәсілдері	60
Давлетова М.Т., Джумадилдаева Ж.Б., Асанова Т.А., Таракбаева Р.Е. Совершенствование маркетинговой деятельности АО «Казахтелеком»	67
Бекназарова А.Т., Елшібекова Қ.Ж. Жарнама қызметінің дамуы және мемлекеттік реттеу мәселелері.....	72
Тышқанбаева М.Б., Чакеева К.С., Конырбеков М.Ж., Иманбекова М.А. Логистикадағы контроллингтің маңызы.....	78
Кулик В.Б., Полухина Е.А. Механизмы управления при условиях распределения ограниченных ресурсов по множеству независимых проектов	84
Саханова Г.Б., Измаханова А.К. Кәсіпкерлікте дизайн-ойлау әдісін қолдану	91
Sissenova A.T., Borovskaya I.L. Formation and development of corporate culture of self-learning organization	96
Жалелева С.З., Пастернак А.А., Жалелева Р.З. Достижение паритетных позиций на рынке металлургии Казахстана	101
Шінет Г.Г., Бугубаева Р.О., Беспяева Р.С., Абдикаримова А.Т. Ауыл шаруашылық өндірістің экономикалық тиімділігін бағалаудың теориялық негіздері	106
Жангирова Р.Н. Анализ устойчивости производства аграрного сектора Республики Казахстан	113
Камысбаев М.К., Омарбакиев Л.А., Низамдинова А.К. Состояние занятости в аграрном секторе экономики Казахстана	118
Селезнёва И.В., Сигаев Е.А. Современный рынок платежных услуг Казахстана	124
Иванюк Т.Н., Арышев В.А., Жексембина А.Е. Теория и методика оценки бизнеса	129
Касымбекова Г.Р., Маркелова М.А., Джарикбаева Д.Т., Абдильдин С.С. Актуальная оценка собственного капитала банков второго уровня Казахстана с позиций различных критериев.....	135
Маргацкая Г.С., Селезнёва И.В., Маргацкий Р.В., Мухамедьярова-Левина Т.Т. Развитие систем управления рисками коммерческих банков Казахстана	140
Shaikhutdinova A.K., Praliyeva S.Zh., Zabolotnikova V.D., Kydyrbayeva Sh.D. Islamic capital market: global development and trends.....	144
Досаева А.Ж. Принципы, подходы и особенности осуществления государственного аудита.....	149

Таяуова Г.Ж., Ниеталина Г.К. Современные инструменты коммерциализации капиталоемких научных разработок	155
Мусаханова Н.А., Кыдырбаева Ш.Д., Абдильдин С.А. Эффективность мер противодействия уклонению от уплаты налогов в Республике Казахстан	163
Ержанов М.С., Березюк В.И., Ержанова А.М. Особенности проведения посттаможенного контроля за экспортными операциями	168
Талимова Л.А., Таубаев А.А., Калкабаева Г.М., Сайфуллина Ю.М. Проблемы финансирования научных исследований в высокотехнологичном наукоемком секторе Казахстана.....	173

2 ТУРИЗМ: МИРОВОЙ ОПЫТ

Каирова А.А. Личность бренда туристской дестинации	180
Успанова М.У., Абдунурова А.А. Проблемы использования социальных медиа в продвижении туристских услуг в Казахстане	186
Вуколов В.Н. Спортивный туризм Казахстана–2019: итоги и проблемы	191
Макенова Г.У., Дәуренбекова А.Н., Уайсова А., Усубалиева С.Д. Қазақстанда киелі туризмнің даму болашағы.....	196

3 ТРИБУНА МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ

Iztayeva A.A., Nurymova S.K. Analysis of strategic and tactical measures for development of economic activation of investment process.....	202
Ainakul N.A., Nurymova S.K. Ecosystem of innovation: concept and characteristics	207
Краузе Н.В., Алимбетов У.С., Битенова Б.С., Самусенко Е.А. Цифровизация: формирование и развитие в Республике Казахстан.....	211
Dyussebekova G.S., Bekniyazova D.S., Kenzhin Zh.B. Evaluation of the competitiveness of the region in view of the human factor in the economy of the Republic of Kazakhstan	218
Тундикбаева Б.К. Корпоративное предпринимательство, предпринимательское поведение: роль организационного взаимодействия.....	224
Кайролла Д.Н., Нурмуханова Г.Ж. Корпоративная культура: сущностные ориентиры и зарубежный опыт	229
Жунусова Г.Ж., Нурмуханова Г.Ж. Оценка предпосылок развития возобновляемой энергетики в Казахстане	235
Irkitbayeva A.B., Zakirova D.I., Zharylkassyn Zh.K. Food security and the macroeconomy: the relationship, analysis and problem	242
Нусупекова А.Б. Методы и инструменты формирования финансовой стратегии компании	247
Барышева С.К., Бозгулова Н.А. Ключевые аспекты аудита и анализа собственного капитала	252
Абдулкаримова К.Е., Аубакиров С.С. Обзор текущей ситуации по противодействию отмыванию денег и финансированию терроризма в Казахстане	257

4 ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ

Суханбердина Б.Б., Курманова Г.К., Ким А.А., Уразова Б.А. Высшее образование как инвестиционная сфера государственной политики.....	261
Elshibekova K.Zh., Fatkullina A.B., Sadenova A.Zh. Formation and development of entrepreneurial potential universities in the context of economic modernization.....	268
Tusupova L.A., Selezneva I.V., Yeralina E.M. Key indicators of the development of higher education in the national economy	273
Razakova D.I., Bekkulieva B.M., Istaeva A.A. Formation and development of educational services on the marketing principles	278
Ильяс А., Дадабаева Д.М., Изеев С.Н. Инновациялы-кәсіпкерлік типтегі университеттің корпоративті мәдениетін қалыптастыру.....	284

НӨМІРДЕ

1 ЭКОНОМИКА: ТАРИХ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

<i>Турекулова Д.М., Мухамбетова Л.К., Байзаков Н.А.</i> Қазақстанда кәсіпорындардың инновациялық қызметі	9
<i>Кашук Л.И., Бекниязова Д.С., Беспалый С.В., Закирова Д.И.</i> Шет елдердегі инновациялық саясатының мен ерекшеліктері (АҚШ, Жапония мен Еуропалық Одақ мысалында)	15
<i>Дауренбекова А.Н., Залучёнова О.М.</i> Қазақстан Республикасындағы өнеркәсіптік саясатты жүзеге асырудың инновациялық тәсілдері.....	21
<i>Рахметулина Ж.Б., Ауелбекова А.К.</i> Кәсіпорынның инновациялық әлеуетіне әсер ететін факторларды жіктеу	27
<i>Абайдуллаева М.М., Хаджиева Г.У., Арупов А.А., Тусупова Л.А.</i> Орталық Азия елдерінің интеграциялық ынтымақтастығын дамыту әлеуеті	32
<i>Онюшева И.В.</i> Қазіргі заманғы әлемдік экономикадағы жаһандануға қарсы қозғалыстың күшею проблемасы	39
<i>Саханова Г.Б.</i> Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік мемлекет пен бизнестің өзара іс-қимылының нысаны ретінде	45
<i>Смағұлова З.К., Солтангазинов А.Р.</i> Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік тұрақты әлеуметтік-экономикалық даму факторы ретінде	50
<i>Оразалинов М.Н., Дадабаева Д.М., Ниеталина Г.К.</i> Мемлекет пен жеке әріптестің өзара әрекет моделі.....	55
<i>Тлеубердинова А.Т., Баймбетова А.Ә., Абдулина Б.А.</i> Инновациялық маркетингтің ғылыми тәсілдері	60
<i>Давлетова М.Т., Джумадилдаева Ж.Б., Асанова Т.А., Таракбаева Р.Е.</i> «Қазақтелеком» АҚ-ның маркетингтік қызметін жақсарту	67
<i>Бекназарова А.Т., Елшібекова Қ.Ж.</i> Жарнама қызметінің дамуы және мемлекеттік реттеу мәселелері.....	72
<i>Тышқанбаева М.Б., Чакеева К.С., Қонырбеков М.Ж., Иманбекова М.А.</i> Логистикадағы контроллингтің маңызы.....	78
<i>Кулик В.Б., Полухина Е.А.</i> Көптеген тәуелсіз жобалар бойынша шектеулі ресурстарды бөлу жағдайындағы басқару тетіктері.....	84
<i>Саханова Г.Б., Измаханова А.К.</i> Кәсіпкерлікте дизайн-ойлау әдісін қолдану	91
<i>Сисенова А.Т., Боровская И.Л.</i> Жалпы оқу ұйымының корпоративтік мәдениін құру және дамыту	96
<i>Жалелева С.З., Пастернак А.А., Жалелева Р.З.</i> Қазақстандық металлургия нарығында паритеттік позицияларға қол жеткізу	101
<i>Шінет Г.Ф., Бугубаева Р.О., Беспанова Р.С., Абдиқаримова А.Т.</i> Ауыл шаруашылық өндірістің экономикалық тиімділігін бағалаудың теориялық негіздері	106
<i>Жангирова Р.Н.</i> Қазақстан Республикасының аграрлық секторы өндірісінің тұрақтылығын талдау.....	113
<i>Камысбаев М.К., Омарбакиев Л.А., Низамдинова А.К.</i> Қазақстан экономикасының аграрлық саласындағы жұмысбастылық жағдайы.....	118
<i>Селезнёва И.В., Сигаев Е.А.</i> Қазақстанның төлем қызметтерінің қазіргі заманғы нарығы	124
<i>Иванюк Т.Н., Арышев В.А., Жексембина А.Е.</i> Бизнесті бағалаудың теориясы мен әдістемесі	129
<i>Касымбекова Г.Р., Маркелова М.А., Джарикбаева Д.Т., Абдильдин С.С.</i> Әр түрлі өлшемдер тұрғысынан қазақстанның екінші деңгейдегі банктерінің меншікті капиталын өзекті бағалау	135
<i>Маргацкая Г.С., Селезнёва И.В., Маргацкий Р.В., Мухамедьярова-Левина Т.Т.</i> Қазақстанның коммерциялық банктерінің тәуекелдерін басқару жүйелерін дамыту.....	140
<i>Шайхутдинова А.К., Пралиева С.Ж., Заболотникова В.Д., Кыдырбаева Ш.Д.</i> Ислам нарығы капиталы: жаһандық даму және беталыстар	144
<i>Досаева А.Ж.</i> Мемлекеттік аудит қағидалары, тәсілдері және жүргізілуінің ерекшеліктері.....	149

Таяуова Г.Ж., Ниеталина Г.К. Капитал сыйымды ғылыми эзирлемелерді коммерцияландырудың қазіргі заманғы құралдары	155
Мусаханова Н.А., Кыдырбаева Ш.Д., Абдильдин С.А. Қазақстан Республикасында салық төлеуден жалтаруға қарсы іс-қимыл шараларының тиімділігі	163
Ержанов М.С., Березюк В.И., Ержанова А.М. Экспорттық операцияларға кеденнен кейінгі бақылау жүргізудің ерекшеліктері.....	168
Талимова Л.А., Таубаев А.А., Калкабаева Г.М., Сайфуллина Ю.М. Қазақстанның жоғары технологиялық ғылымисыйымды секторындағы ғылыми зерттеулерді қаржыландыру мәселелері	173

2 ТУРИЗМ: ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕ

Каирова А.А. Туристік дестинация брендінің тұлғасы.....	180
Успанова М.У., Абдунурова А.А. Қазақстанда туристік қызметтерді әлеуметтік медиа арқылы алға жылжыту проблемалары.....	186
Вуколов В.Н. Қазақстанның спорттық туризмі–2019: қорытындылар мен мәселелер.....	191
Макенова Г.У., Дәуренбекова А.Н., Уайсова А., Усубалиева С.Д. Қазақстанда киелі туризмнің даму болашағы.....	196

3 ЖАС ЗЕРТТЕУШІНІҢ МІНБЕСІ

Изтаева А.А., Нурымова С.К. Инвестициялық процесті экономикалық жандандыруды дамытудың стратегиялық және тактикалық шараларын талдау.....	202
Айнақұл Н.А., Нурымова С.К. Инновацияның экожүйесі: түсінігі және сипаттамасы	207
Краузе Н.В., Алимбетов У.С., Битенова Б.С., Самусенко Е.А. Цифрландыру: Қазақстан Республикасында қалыптасуы мен дамуы	211
Дюсембекова Г.С., Бекниязова Д.С., Кенжін Ж.Б. Қазақстан Республикасының экономикасындағы адами факторды ескере отырып, өңірдің бәсекеге қабілеттілігін бағалау	218
Тундикбаева Б.К. Корпоративтік кәсіпкерлік, кәсіпкерлік әрекет: ұйымдастық қызмет рөлі	224
Кайролла Д.Н., Нурмуханова Г.Ж. Корпоративтік мәдениет: мән-мағыналық бағдарлар және шет ел тәжірибесі	229
Жунусова Г.Ж., Нурмуханова Г.Ж. Қазақстандағы жаңартылған энергетика көздерінің дамуын алдын ала бағалау.....	235
Ирkitбаева А.Б., Закирова Д.И., Жарылқасын Ж.Қ. Азық-түлік қауіпсіздігі және макроэкономика: өзара байланысы, талдау және мәселелері	242
Нусупекова А.Б. Компанияның қаржылық стратегиясын қалыптастыру әдістері мен құралдары	247
Барышева С.К., Бозгулова Н.А. Меншікті капиталды аудиттеу мен талдаудың негізгі аспектілері.....	252
Абдулкаримова К.Е., Аубакиров С.С. Қазақстандағы ақшаны жылыстатуға және терроризмді қаржыландыруға қарсы іс-қимыл жөніндегі ағымдағы жағдайға шолу.....	257

4 БІЛІМ БЕРУ ЖӘНЕ ОҚЫТУ: ӘДІСТЕМЕ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ

Суханбердина Б.Б., Курманова Г.К., Ким А.А., Уразова Б.А. Жоғары білім мемлекеттік саясаттың инвестициялық саласы ретінде	261
Елшибекова К.Ж., Фаткуллина А.Б., Саденова А.Ж. Экономикалық жаңғырту жағдайындағы жоғарғы оқу орындарының кәсіпкерлік әлеуеттінің қалыптасуы және дамуы	268
Тусупова Л.А., Селезнёва И.В., Ералина Э.М. Ұлттық экономика жүйесіндегі жоғары білім дамуының негізгі көрсеткіштері	273
Разакова Д.И., Бекқулиева Б.М., Истаева А.А. Маркетинг қағидаларында білім беру қызметін қалыптастыру және дамыту	278
Ильяс А., Дадабаева Д.М., Изеев С.Н. Инновациялы-кәсіпкерлік типтегі университеттің корпоративті мәдениетін қалыптастыру	284

IN THE ISSUE

1 ECONOMY: HISTORY, THEORY, PRACTICE

Turekulova D.M., Mukhambetova L.K., Baizakov N.A. Innovative activity of Kazakhstan enterprises	9
Kashuk L.I., Bekniyazova D.S., Bepaly S.V., Zakirova D.I. Tendencies and features of innovative policy of foreign countries (on the example of USA, Japan and European union).....	15
Daurenbekova A.N., Zaluchenova O.M. Innovative approach to the implementation of the industrial policy of the Republic of Kazakhstan.....	21
Rakhmetulina Zh.B., Auelbekova A.K. Classification of factors affecting innovative potential of the enterprise.....	27
Abaydullayeva M.M., Khadzhieva G.U., Arupov A.A., Tusupova L.A. Potential for development of integration cooperation of Central Asian countries.....	32
Onyusheva I.V. The issue of strengthening anti-globalist movement within the current world economy	39
Sakhanova G.B. Public-private partnership as a form of interaction between the state and business	45
Smagulova Z.K., Soltangazinov A.R. Private-state partnership as a factor of sustainable socio-economic development	50
Orazalinov M.N., Dadabayeva D.M., Nyetalina G.K. Collaboration model of government and private partnership	55
Tleuberdinova A.T., Baimbetova A.A., Abdulina B.A. Scientific approaches of innovative marketing	60
Davletova M.T., Dzhumadildayeva Zh.B., Asanova T.A., Tarakbayeva R.Ye. Improvement of marketing activities of JSC “Kazakhtelecom”	67
Beknazarova A.T., Yelshibekova K.Zh. The development of advertising activity and problems of its state regulation	72
Tyshkanbaeva M.B., Chakeyeva K.S., Konyrbekov M.Zh., Imanbekova M.A. The importance of controlling in logistics	78
Kulik V.B., Polukhina Ye.A. Control mechanisms in terms of distribution limited resources for multiple independent projects.....	84
Sakhanova G.B., Izmakhanova A.K. Application of the design thinking method in entrepreneurship.....	91
Sissenova A.T., Borovskaya I.L. Formation and development of corporate culture of self-learning organization	96
Zhaleleva S.Z., Pasternak A.A., Zhaleleva R.Z. The achievement of parity positions in the Kazakhstan metallurgy market	101
Shinet G.G., Bugubayeva R.O., Bepalyeva R.S., Abdikarimova A.T. Theoretical frameworks for the assessment of economic efficiency of agricultural production	106
Zhangirova R.N. The analysis of production stability of the agrarian sector of the Republic of Kazakhstan.....	113
Kamysbayev M.K., Omarbakiyev L.A., Nizamdinova A.K. The state of employment in agricultural sector of Kazakhstan economy	118
Selezneva I.V., Sigaev Ye.A. Modern market of payment services in Kazakhstan	124
Ivanuk T.N., Aryshev V.A., Zheksembina A.Ye. Theory and methodology of assessing business	129
Kasymbekova G.R., Markelova M.A., Dzharikbaeva D.T., Abdildin S.S. Current assessment of equity of second-tier banks in Kazakhstan from the standpoint of various criteria.....	135
Margatskaya G.S., Selezneva I.V., Margatskyi R.V., Mukhammedyarova-Levina T.T. Risk management systems development of Kazakhstan commercial banks	140
Shaikhutdinova A.K., Pralieveva S.Zh., Zabolotnikova V.D., Kydyrbayeva Sh.D. Islamic capital market: global development and trends.....	144
Dossayeva A.Zh. Principles, approaches and features of implementing state audit.....	149

Tayauova G.Zh., Nietalina G.K. Modern tools for commercialization of capital-intensive scientific developments	155
Mussakhanova N.A., Kydyrbaeva Sh.D., Abdildin S.A. The efficiency of measures against tax avoidance in the Republic of Kazakhstan	163
Yerzhanov M.S., Berezyuk V.I., Yerzhanova A.M. Features of conducting post-customs control of export operations	168
Talimova L.A., Taubayev A.A., Kalkabaeva G.M., Sayfullina Yu.M. Problems of financing research in the high-tech science-intensive sector of Kazakhstan	173

2 TOURISM: WORLD EXPERIENCE

Kairova A.A. Brand personality of tourism destination	180
Uspanova M.U., Abdunurova A.A. Problems of using social media for promoting tourist services in Kazakhstan	186
Vukolov V.N. Sports tourism of Kazakhstan–2019: results and problems	191
Makenova G.U., Daurenbekova A.N., Uaisova A., Ussubaliyeva S.D. Prospects for the development of sacred tourism in Kazakhstan	196

3 PLATFORM OF YOUNG RESEARCHER

Iztayeva A.A., Nurymova S.K. Analysis of strategic and tactical measures for development of economic activation of investment process	202
Ainakul N.A., Nurymova S.K. Ecosystem of innovation: concept and characteristics	207
Krause N.V., Alimbetov U.S., Bitenova B.S., Samusenko E.A. Digitalization: formation and development in the Republic of Kazakhstan	211
Dyussebekova G.S., Bekniyazova D.S., Kenzhin Zh.B. Evaluation of the competitiveness of the region in view of the human factor in the economy of the Republic of Kazakhstan	218
Tundikbayeva B.K. Corporate entrepreneurship, entrepreneurial behavior: the role of organizational interaction	224
Kairolla D.N., Nurmukhanova G.Zh. Corporate culture: essential reference points and international experience	229
Zhunussova G.Zh., Nurmukhanova G.Zh. The assessment of prerequisites for renewable energy development in Kazakhstan	235
Irkitbayeva A.B., Zakirova D.I., Zharylkassyn Zh.K. Food security and the macroeconomy: the relationship, analysis and problem	242
Nusupekova A.B. Methods and tools of formation of the financial strategy of the company	247
Barysheva S.K., Bozgulova N.A. Key aspects of the equity audit and analysis	252
Abdukarimova K.Ye., Aubakirov S.S. The review of the current state of combating money laundering and terrorist financing in Kazakhstan	257

4 EDUCATION AND TRAINING: METHODOLOGY, THEORY, TECHNOLOGY

Sukhanberdina B.B., Kurmanova G.K., Kim A.A., Urazova B.A. Higher education as an investment sphere of state policy	261
Elshibekova K.Zh., Fatkullina A.B., Sadenova A.Zh. Formation and development of entrepreneurial potential universities in the context of economic modernization	268
Tusupova L.A., Selezneva I.V., Yeralina E.M. Key indicators of the development of higher education in the national economy	273
Razakova D.I., Bekkulieva B.M., Istaeva A.A. Formation and development of educational services on the marketing principles	278
Ilyas A., Dadabayeva D.M., Izeev S.N. Formation of corporate culture of innovative-enterpreneurial university	284

ЭКОНОМИКА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

МРНТИ 06.81.25
УДК 338.242

Д.М. ТУРЕКУЛОВА,¹

д.э.н., профессор.

Л.К. МУХАМБЕТОВА,¹

к.э.н., доцент.

Н.А. БАЙЗАКОВ,²

магистр.

Казахский университет экономики,
финансов и международной торговли.¹

Центр стратегических разработок
и устойчивого развития

АО «Институт экономических исследований»²

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ КАЗАХСТАНА

Аннотация

В настоящее время не вызывает сомнения тот факт, что сырьевая направленность экономики не способствует обеспечению устойчивого развития страны. Отсталость предприятий в технологическом и техническом аспектах, неразвитость налаженной связи между наукой и производственной сферой, преобладание экспортирования сырья не способствуют повышению экономической безопасности. В то же время в индустриально-инновационной политике государства основной акцент делается на производство продукции в обрабатывающей промышленности и в сфере услуг, отличающейся высокой конкурентоспособностью. Однако конкурентоспособную продукцию с высокой степенью наукоемкости можно создать в случае внедрения инноваций. Ведь только инновации можно рассматривать в качестве действенного способа в осуществлении конкурентной борьбы, и именно они способствуют созданию новых потребностей, приводят к притоку инвестиций, открытию новых рынков. К сожалению, в сфере инновационной деятельности казахстанские предприятия в основном выбрали «догоняющую» стратегию, согласно которой имитируются зарубежные технологии, копируются продукты, осуществляется их массовое производство, в то время как инновационное развитие предприятий подразумевает необходимость формирования новых технологических систем, для чего следует создавать абсолютно иные формы организации и схемы взаимодействия участников инновационных процессов. Очевидно, что переход отечественной экономики на более прогрессивный путь своего развития может быть осуществлен в первую очередь посредством развития отраслей реального сектора экономики в технологическом и техническом аспектах. Одновременно следует учитывать нынешнее состояние экономики с целью выявления наиболее проблемных мест и изменения негативных тенденций.

Ключевые слова: инновационная активность, эффективность затрат, инвестиционные вложения, экономическая безопасность, конкурентоспособность, инновационная продукция, технологическое обновление.

Стратегические задачи экономики Казахстана на современном этапе заключаются в развитии отечественного наукоемкого производства, разработке и освоении новых информационных технологий, что необходимо для получения конкурентоспособной продукции, обеспечения экономических интересов за счет развития научно-технического и промышленного потенциала страны.

Общеизвестно, что в первые годы независимости Казахстана наблюдалось почти двукратное падение производства за счет технологических отраслей, в частности, машиностроения, химической и легкой промышленности. Это привело к возникновению в республике массовой безработицы. Так, численность работников, занятых в промышленной сфере, уменьшилась с 1800 тыс. человек (1990 г.) до 642 тыс. человек (2000 г.), иными словами, практически на 75%. Существенное сокращение количества работающих в реальном секторе казахстанской экономики привело к сужению налогооблагаемой базы, сокращению объемов социальных и пенсионных отчислений, увеличению миграции населения, а также к возникновению других негативных последствий. Вместе с тем на фоне стагнации отечественных производств наблюдался

рост объемов импорта товаров массового потребления. Инвестиционные вложения в основные средства технологических отраслей составляли только единицы процентов по сравнению с вложениями в сырьевые отрасли. Это способствовало возникновению сырьевого перекаса экономики и еще более усугубляло состояние несырьевых отраслей. Кроме того, одной из основных причин сокращения технологических производств стала низкая конкурентоспособность производимой продукции.

Выход из сложившейся в республике ситуации был сформулирован в Стратегии индустриально-инновационного развития РК на 2003–2015 годы. В данном программном документе была поставлена задача по обеспечению диверсификации отраслей экономики, что будет способствовать отходу от сырьевой направленности и подготовке условий для перехода в будущем к сервисно-технологической экономике. В проекте «Интеллектуальная нация–2020» подчеркивалось, что сегодняшнему Казахстану необходим подъем инновационной деятельности, а в обществе должен преобладать креативный, инновационный тип поведения. Дальнейшее продолжение этой мысли нашло отражение в Послании Президента РК 2010 г., в котором отмечалось, что только инновации могут обеспечить существенное повышение производительности труда.

Согласно данным таблицы 1 в течение 2013–2018 гг. по основным показателям инновационной деятельности предприятий республики наблюдается рост. Так, число предприятий, осуществляющих инновационную деятельность, увеличилось на 8431 единицу, или на 38,2% [1], в том числе количество предприятий, имеющих инновации по всем типам инноваций, возросло на 82,1%. Уровень инновационной активности отечественных предприятий к 2018 г. повысился до 10,6%, что превышает показатель 2013 г. на 2,6 процентных пункта.

Таблица 1 – Основные показатели инновационной деятельности предприятий

Показатели	Год						Отклонения 2018 г. от 2013 г.	
	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
Количество предприятий, единиц	22 070	24 068	31 784	31 077	30 854	30 501	8 431	138,2
Из них:								
- имеющие инновации по всем типам инноваций	1 774	1 940	2 585	2 879	2 974	3 230	1 456	182,1
- уровень активности в области инноваций по всем типам инноваций, %	8,0	8,1	8,1	9,3	9,6	10,6	2,6	132,5
Примечание – Составлено авторами на основе источника [1].								

Безусловно, по сравнению с отдельными странами постсоветского пространства, например, с Кыргызстаном республика имеет более высокий показатель. Но если сравнить с Россией, Украиной и Беларусью, Казахстан имеет более низкие значения. Например, в отдельных регионах России (Татарстане, Чувашии) уровень инновационной активности предприятий превышает 20-процентный предел [2]. Если обратиться к статистическим данным стран Центральной и Восточной Европы, то в странах этого региона показатель инновационной активности предприятий колеблется в пределах 20–40%. Еще большая разница наблюдается при сравнении показателей Казахстана и экономически развитых стран. В частности, показатель инновационной активности в Германии превышает аналогичный показатель в Казахстане в 7,3 раза, в Канаде – в 6,8 раза, в Бельгии – в 6,3 раза, в Ирландии, Финляндии, Дании – в 5,7–5,9 раза [3]. Вместе с тем значительные различия инновационной активности отечественных предприятий наблюдаются в зависимости от их региональной принадлежности. Так, в разрезе регионов более высокая инновационная активность характерна для предприятий Восточно-Казахстанской (15,5%), Карагандинской (14,7%) областей и г. Нур-Султана (14,7%). Это связано прежде всего с неоднородностью инновационной инфраструктуры регионов, имеющимися различиями в обеспеченности регионов научно-техническими, трудовыми, финансовыми и другими ресурсами.

Следует иметь в виду, что технологическое обновление на отечественных предприятиях происходит в основном за счет приобретения зарубежных технологий и оборудования, зачастую морально устаревшего. В течение 2013–2018 гг. на эти цели предприятия затрачивали

более 70% своих средств. Причем в республике сформировалась такая тенденция, когда казахстанские предприниматели предпочитают приобретать готовое оборудование, но не инвестируют свои средства во внедрение отечественных научных разработок. К примеру, на научные исследования и подготовку производства для выпуска новой продукции, на внедрение новых услуг и методов производства этих продуктов предприятия расходовали чуть более 5% своих инвестиционных вложений.

В соответствии с рисунком 1 за последние шесть лет расходы отечественных предприятий на процессные и продуктовые инновации увеличились на 424,4 млрд тенге, или почти в два раза, а на промышленных предприятиях они возросли более чем в три раза. Причем в 2018 г. в финансировании продуктовых и процессных инноваций подавляющая часть принадлежала частному сектору (86%), на долю иностранных компаний приходилось 11% и государства – 3% [4].

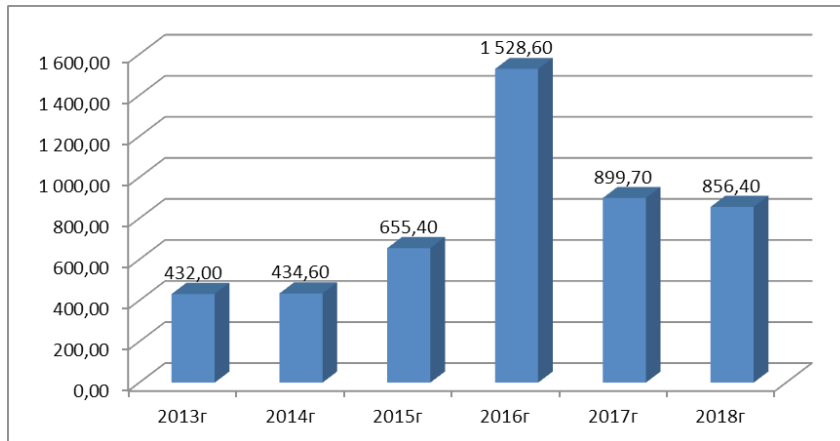


Рисунок 1 – Затраты на процессные и продуктовые инновации, млрд тенге

Примечание – Составлено авторами на основе источников [5, 6].

Несмотря на увеличение расходов предприятий на инновации, нежелание предпринимателей вкладывать свои средства для производства инновационной продукции связано прежде всего с низкой эффективностью затрат на инновации. Так, в 2016 г. зафиксирован наибольший объем вложений на процессные и продуктовые инновации. Однако эффективность затрат в этом году составила 0,29 тенге. В результате, вложив 1 528 645,9 млн тенге на инновации, отечественные предприятия получили 443 307,3 млн тенге прибыли от их внедрения, а сумма убытков составила 1 085 338,6 млн тенге. То есть сумма понесенных убытков в 2,4 раза превысила полученные доходы. Сложившаяся ситуация в значительной степени была обусловлена девальвацией национальной валюты, так как оборудование, сырье и материалы для инноваций приобретались за рубежом, естественно, на валюту этих стран.

В 2017 г. эффективность затрат на инновационную деятельность предприятий возросла до 0,93 тенге, превысив уровень прошлого года более чем в 3 раза. Во многом этому способствовали мероприятия предыдущих лет. Так, несмотря на мировой финансовый кризис, в 2015 г. АО «Фонд науки» был объявлен конкурс на грантовое финансирование проектов коммерциализации научной и научно-технической деятельности. Всемирным банком выделены средства с целью создания потенциала для инноваций. В то же время АО «Национальное агентство по технологическому развитию» выделило дополнительные средства на технологическое развитие предприятий. В рамках реализации программы индустриально-инновационного развития на 2015–2019 годы были осуществлены инвестиционные вложения в производственную сферу. Все это, безусловно, отразилось на объемах произведенной инновационной продукции.

Как видно из рисунка 2 (стр. 12), за последние годы объемы инновационной продукции (работ, услуг), произведенной на предприятиях республики, возросли на 600 887,1 млн тенге, увеличившись в два раза. Правда, в 2015 г. произошло сокращение объемов инновационной продукции. Одной из причин подобного уменьшения является снижение общего объема про-

дукции, произведенного средними и крупными предприятиями (19 461 913 млн тенге). Доля инновационной продукции в общем объеме произведенной продукции составила 1,9%. При этом относительно промышленных предприятий показатели инновационности несколько выше. К примеру, на протяжении ряда лет в общем объеме промышленного производства доля инновационной продукции колебалась в пределах 3%.

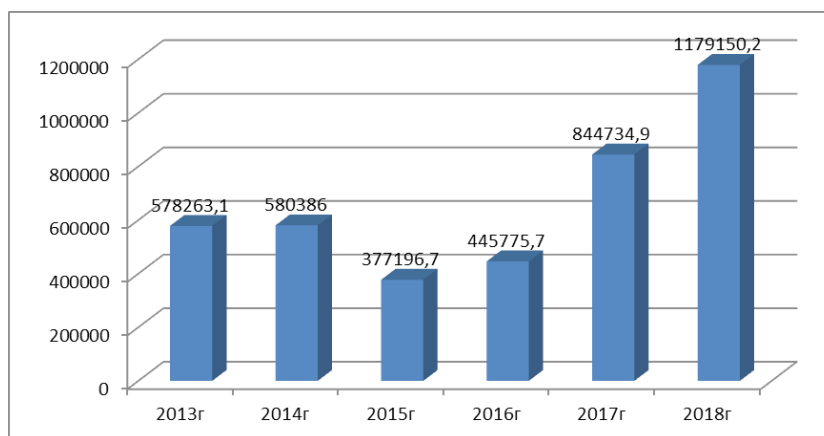


Рисунок 2 – Объем произведенной инновационной продукции на предприятиях Казахстана, млн тенге

Примечание – Составлено авторами на основе источника [1].

При этом темпы прироста объемов инновационной продукции в разные годы отличались. Так, например, в 2014 г. по отношению к предыдущему году увеличение объемов инновационной продукции составило 1%, в 2016 г. – 18,2%, в 2018 г. по сравнению с прошлым годом – 39,6%. Но наиболее высокие темпы роста объемов произведенной инновационной продукции характерны для 2017 г., когда по отношению к прошлому году объемы инновационной продукции выросли на 398 959,2 млн тенге, или на 89,5%.

Несмотря на существенное увеличение объемов произведенной инновационной продукции, удельный вес инновационной продукции в общем объеме ВВП остается все еще крайне низким, особенно в 2015–2016 гг. (рисунок 3). Причем только в 2018 г. данный показатель превысил уровень 2013 г.

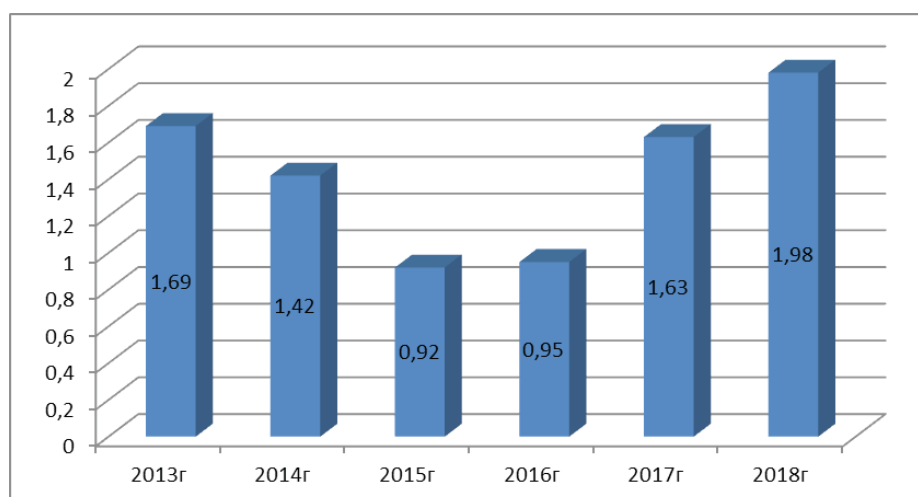


Рисунок 3 – Удельный вес инновационной продукции к ВВП, %

Примечание – Составлено авторами на основе источника [1].

По мнению экспертов, на развитие инновационных процессов в Республике Казахстан негативно влияет ряд проблем, среди которых основными являются следующие:

- ♦ в недостаточной мере удовлетворительное финансовое положение отдельных организаций промышленной сферы;
- ♦ несовершенство нормативно-законодательной базы, которая в недостаточной степени стимулирует развитие инновационной деятельности;
- ♦ низкая адаптированность научно-технических организаций к рыночным отношениям;
- ♦ преобладание научных исследований в области добычи или переработки сырьевых и минеральных ресурсов;
- ♦ наличие дефицита квалифицированных специалистов в отдельных высокотехнологичных отраслях.

Кроме того, на инновационную активность отечественных предприятий негативно влияют следующие факторы:

- 1) использование на предприятиях морально устаревшего оборудования, зачастую характеризующегося достаточно высоким уровнем физического износа;
- 2) постоянный недостаток собственных средств у предпринимательских структур, высокая стоимость инновационной продукции и неоправданно завышенные ставки по кредитам, выдаваемым банками второго уровня;
- 3) дефицит кадров в области менеджмента инноваций, способных регулировать все этапы инновационного процесса;
- 4) достаточно частое нерациональное и нецелевое использование средств инновационных фондов, неразвитость венчурного финансирования инновационной деятельности;
- 5) ограниченный спрос на инновационные продукты и передовые технологии в силу недостаточной платежеспособности потребителей;
- 6) низкий спрос на перспективные результаты научной и технической деятельности со стороны предприятий перерабатывающих отраслей;
- 7) недостаточность налаженных связей между организациями системы образования, функционирующими предприятиями, а также организациями научной сферы;
- 8) применение программно-целевого подхода в реализации инновационных процессов, что, безусловно, снижает заинтересованность предприятий;
- 9) недостаточность инновационного мышления у руководителей отечественных предприятий;
- 10) современные механизмы коммерциализации нововведений не получили должного распространения, что негативно отражается на формировании рынка инновационной продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Статистика инноваций. Основные показатели: // stat.gov.kz.
- 2 Галушко М.В., Чахеев А.А. Инновационное развитие регионов России с учетом их особенностей и направленностей экономик: сборник материалов XXIII международной научно-практической конференции. – Новосибирск, 2019.
- 3 Новикова Е. Наука Казахстана: в ожидании прорыва: // forbes.kz/process/science/nauka_kazahstana_v_ojidanii_proguiva.
- 4 Менее 1% от ВВП Казахстана составляет финансирование инноваций: // www.dailynews.kz/analytics/menee_1_ot_vvp_kazahstana_sostavljaet_finansirovanie_innovatsij.
- 5 Предварительные данные за 2017 год: статистический сборник на казахском и русском языках / под ред. Н.С. Айдапкелова. – Астана, 2018.
- 6 В РК в 2018 году на технологические инновации потратили 856,4 млрд тенге: // www.akchabar.kg/ru/news/Vnutrenniye-zatraty-na-tehnologicheskiye-razrabotki-sostavlyayut.

Андатпа

Қазіргі таңда елдің экономикалық тұрақты дамуын экономиканың шикізаттық бағытымен қамтамасыз етудің мүмкінсіздігі айдан да анық жағдай болып отыр. Жалпы кәсіпорындардың техникалық және технологиялық аспектілерінде кейін қалуы, ғылым мен өндірістің әсерлі байланыстарының болмауы, экспорттың шикізаттық бағдарлануы елдің экономикалық қауіпсіздігіне белгілі қатер туғызуда. Сол мезетте

бүгінгі кезде қайта өңдеу өнеркәсібі мен қызметтер көрсету саласында бәсекеге қабілетті тауарларды шығару мен қызмет түрлерін ұсыну мемлекеттік индустриалды-инновациялық саясатының басты бағыты болып табылады. Дегенмен де инновацияны қолданбайынша ғылыми сыйымдылығы жоғарғы дәрежедегі бәсекеге қабілетті өнім өндіру іс жүзінде мүмкін емес. Дәл сол инновацияның өзі бәсекелестік күрестің тиімді құралы болып табылады. Жаңаша қажеттіліктердің туындауына ықпалын тигізеді, инвестициялардың құйылу ағынына әкеледі, игерілмеген нарықтардың ашылуына әсер етеді. Өкінішке орай, инновациялық қызмет саласында қазақстандық кәсіпорындар негізінен «қуып жету» стратегиясын таңдауда, бұл шетелдік технологияларды енгізген сыңай танытуды, өнімдерді көшірмелеп және оларды жаппай өндіруді ғана білдіреді. Ал өнеркәсіп салаларының инновациялық дамуы жаңашыл технологиялық жүйелерді жаңа ұйымдастыру нысандары мен инновациялық үдерістердің барша қатысушы мүшелерінің өзара әрекеттесу тетіктерін құру деп ұйғарылады. Отандық экономиканың инновациялық даму жолына өтуі тек нақты экономика секторларының барлық салаларының жеделдетілген үдемелі технологиялық даму негізінде ғана мүмкін. Және мұнда мәселік жерлер мен негативтік тенденциялардың өзгеруін анықтау мақсатында оның қазіргі жағдайын ескеру маңызды болып табылады.

Тірек сөздері: инновациялық белсенділік, инновациялар, шығындардың тиімділігі, инвестициялық салымдар, экономикалық қауіпсіздік, бәсекеге қабілеттілік, инновациялық өнімдер, технологиялық жаңарту.

Abstract

Nowadays there is no doubt that orientation of the economy to the raw material does not contribute to the sustainable development of the country. The general technical and technological underdevelopment of enterprises, the lack of an effective link between science and production, and the commodity orientation of exports jeopardize country's economic security. Currently the creation of competitive goods and services in the manufacturing and service industries has become the main vector of the state industrial-innovative policy. However, creating competitive products with a high degree of science-intensive production is practically impossible due to lack of innovations. After all, innovations are an effective method of competition and create new needs, lead to investment inflows and to the entering new markets. Unfortunately, in the innovative activity field, Kazakhstan enterprises substantially chose a “catch-up” strategy, which implies foreign technologies’ imitation, copying products and its mass production. While the innovative development of Kazakhstan's industries involves the formation of new technological systems by creating fundamentally new forms of organizations and mechanisms of interaction of all participants in the innovational process. The transition of the domestic economy to an innovative development path is possible only on the basis of the accelerated technological development of all branches of the real economy sector. It is important to take into account its current state in order to identify the most problematic points and change negative trends.

Key words: innovative activity, cost efficiency, investments, economic security, competitiveness, innovative products, technological renewal.

IRSTI 06.52.13
UDC 338.2

L.I. KASHUK,¹

c.e.s., PhD, professor.

D.S. BEKNIYAZOVA,¹

PhD, associated professor.

S.V. BESPALY,¹

c.e.s, professor.

D.I. ZAKIROVA,²

PhD, professor.

Innovative University of Eurasia.¹

Turan University²

TENDENCIES AND FEATURES OF INNOVATIVE POLICY OF FOREIGN COUNTRIES (ON THE EXAMPLE OF USA, JAPAN AND EUROPEAN UNION)

Abstract

In countries that have achieved significant results in innovative development, along with direct methods of government regulation, in which financing has the most important place, measures are taken to disseminate innovation with an emphasis on incentive methods. One of the tasks solved with a close combination of these methods is the development of innovative cooperation. In this regard, the purpose of the research is to analyze the features and tendencies of strengthening state regulation of innovative activity in developed countries (on the example, the United States, Japan and the European Union) for possible their consideration in improving the measures of regulation of innovative activity in the Republic of Kazakhstan. The research shows the tendencies in strengthening state regulation of innovative activity, which are visible in developing innovative systems of several countries, the features of innovation activity of the United States, contributing to its activation, are considered. The authors reveal the features of innovative policy in Japan, covering the efforts of the state and business in achieving the best results of innovative activity. It is reported the features of main public regulation measures of innovative activity in the European Union member-states, which successfully develop national and regional innovative systems too (Germany, United Kingdom and France). The research presents several recommendations regarding the possible consideration of tendencies in improving regulation measures of innovative activity, created as a result of the research.

Key words: state regulation, innovation management, regional economy, innovation systems, tendencies, analysis, incentive methods.

In current competition in the high-end markets benefit countries, regions, companies that not only have the potential for innovation, but also intelligently use it, i.e. R&D results are converted into competitive products. High-tech production is increasingly formed around the so-called global value chains, the development of which in the last two decades, significantly transforming the character of the world economy.

One of characteristic of the latter becomes a specialization of enterprises and industries of separate countries on specific “link” these chains, in other words, their entry into the interethnic industrial vertical integration. Value added chains include such steps as stage design, production, marketing, sales and after-sales service. Previously, the companies, the states are trying to build them independently, on their territory. However, they are distributed more often among different companies, concentrated in the separate countries and groups of countries. In this regard, it is increased the share of goods and services, that has the global character. And states become participants of vertical integration compete with each other not only for the production of high-tech products, as for the most favorable places in global value chains [1]. The innovative sector of the world economy is becoming global in its content. The specific impact of globalization and regionalization processes is shown in the international scientific and technical cooperation.

The most important tendency in recent decades has been the development of scientific and technical relations between the countries and their regions, there is the internationalization of R&D and high-tech industry.

The realization of major scientific-research projects due to their complexity, duration and high cost becomes not always possible within the framework of one state. Developments started in one region, often in one or another form adapted and successfully implemented in others regions.

The expansion of international integration and cooperation in this sphere is becoming for many industrialized countries the most important strategic growth model.

The country's leaders of innovative development have accumulated considerable experience in state regulation of innovation activity. This applies to both developed and newly industrialized countries. In this regard, priority is to research the tendencies and comparison of states experience entered into the technological kernel of the world – United States, Japan, European Union.

In the development of these innovative systems and possibly other countries it is possible to trace a tendency of strengthening of direct regulation of innovative activity (budget financing, the state assignments, administrative methods and legal methods). At the same time important task of state regulation in the leading countries of innovative development is to create favorable conditions for innovative activity.

It is possible to allocate the following main measures applied in the world within the corresponding innovative policy [2]:

- ◆ budget financing of innovative programs and projects (the state's share in the total expenditures on science up to 50%);
- ◆ property support innovators and investors;
- ◆ tax incentives for promotion of R&D spending and attraction to innovative activity both large, small and medium-sized enterprises;
- ◆ formation of the elements of innovative infrastructure at the national and regional levels;
- ◆ regulation of internal and external innovative cooperation of subjects of innovative activity and separate sectors of the national innovation system.

In recent decades, high positions in the rankings, encouraged to assess the development of innovative activity, firmly held the United States of America, which was accompanied by the evolution of the innovative system of the state. In the past twenty years, the degree of state regulation of innovative activity has increased significantly. Most of the innovations developed within public-private partnership. The authors identified a number of key directions of innovative policy in the United States of America, promoting to activization of innovative activity (Table 1).

Table 1 – Features of directions of USA innovative policy, promoting to activization of innovative activity

Features	Characteristic
The concentration of fundamental and applied R&D in universities	Universities, in addition to owning own considerable resources, carry out R&D, financing by the government, involve the possibilities of technology transfer through venture financing organizations
The developed system of other research organizations	There are government laboratories, big institutions that specialize in separate applied researches, as well as “factories of thoughts” – research centers bring together experts' efforts to develop specific scientific problems
The activity of innovative clusters and technology parks	They are designed to stimulate scientific-research organizations and business to the development and commercialization of innovations. It is directed to concentration in separate territory specialized and connected by a technological chain: a) organizations carrying out R&D; b) the high-tech industry; c) providers
Legislative initiatives	Increasing the commercial importance of research carried out at universities and public-scientific research organizations. In 1980, the Bai-Dole's law was adopted, directed to stimulating of developers to commercialize innovations, the construction of businesses and sale of licenses

Continuation of table 1

Federal programs directed to assistance to financing of R&D companies (partly financed from the federal budget on the scientific-research activity)	Government programs directed to promotion of R&D financing, carrying out by the enterprises (since 1950). The three main programs within which the financing of small innovative enterprises are: a) the program of companies' creation for investment of small business; b) the program of technologies transfer of small business, directed to expansion of opportunities of R&D state financing and creation of joint enterprises on the basis of small businesses and non-profit research institutes; c) the program of innovative researches of small enterprises, directed to enhancing the role of small innovative enterprises in the state-financing of R&D, creating incentives for the participation of small enterprises which have the commercial potential of researches (through grants), in general, for the technological development of small business
Venture financing	Recognition of the importance of venture capital for activization of innovative activity is reflected in the fact that stimulating activity of venture capital companies operating since 1950. In scientific literature expressed the point of view according to which growth in the field of venture capital is connected with development of the stock markets
The development of international cooperation in innovative activity	Due to the growth in recent years, the importance of tasks of science and technique at international level, as well as the resulting increase in the activity of participation of the private and public sector in the international scientific and technical cooperation National Science Council (NSC) in the process of the development of strategic documents as one of the most important challenges, facing the USA, identified the solution to the problems of scientific and technological activity in the international aspect. NSC has formed a special commission on international problems of scientific and technical activity to assess their current role and the needs they create, and postulated the need to create strategies of productive connections' support between research objectives of domestic and foreign policies. According to the formed recommendations for the government should intensify cooperation programs connected with the assessment and financing of international scientific and technical projects; NSF should intensify efforts to stimulate the potential of innovators to obtain within research grants additional financing for attraction of foreign partners from developing countries, to promote the activity of all directorates of NSF in development of special plans and programs for support of international scientific and technical cooperation and the further diffusion of information about them to target audiences. Federal agencies must continuously have own budgets and estimation mechanisms intended for the purposes of realization of the international scientific-technical projects and programs
Note – Compiled by the authors on the basis of data [3, 4].	

These state regulation tendencies create opportunities to attract leading experts, achieve leading positions across a wide range of scientific fields. Thus, in the innovative activity of the USA the role of state regulation is significant, which is reflected both in direct and in indirect measures. At the junction of these two types of measures significant attention paid to the development of public-private partnership, cooperation of scientific-research institutions and business, as well as international cooperation in innovative activity. The tendency of activization of the last is observed. As a result, the subjects of innovative activity extend the opportunities of the commercialization of R&D results.

Results of innovative development of Japan attract attention of researchers of problems of innovative activity. Since the 1990s in national research system of Japan there have been significant structural changes [5].

1. Increased influence of public authorities, which competence includes questions of a higher level innovative policy, therefore degree of centralization of state regulation of innovative activity generally increased.

2. Influence of state bodies within which competence questions of innovative policy of the highest level therefore degree of centrality of state regulation of innovative activities in general raised are increased.

3. In the mid – 1990s it was the beginning of the regular approval of plans of science and technology development up to five years as method of mobilizing the innovative potential of the country, which had a significant influence on the formation of innovative policy. Among postulated in them an integral element of corresponding policy were the need to high costs for R&D of the state with assignment of the leading role to the state to stimulate fundamental research. Important characteristics of fundamental research, in turn, should be diversified and multi-disciplinary character.

4. It is increased the importance of the tasks of promotion of innovative processes of private enterprises in the system of state regulation of innovative activity. Distribution was gained by initiatives in the field of the budget and tax policy, support of venture entrepreneurship, public procurements of innovative products, the legal sphere.

5. The system of views on the development of innovative cooperation of the authorities and business, science and business in order to improve the effectiveness of innovative activity has been recognized in the innovative policy. It should be noted that similar tendencies may be traced and at the corporate level. These changes can be attributed to the field of R&D, where the prevailing before implementation of innovative activity from own expenses of the enterprises is characterized by a slight decrease of these expenses, as well as expansion of cooperation with domestic and foreign subjects of innovative activity, merging with them. In other words, the dominant emerging paradigm is shift of accent from of constant R&D implementation by own resources to the involvement of the greatest possible part of the spectrum of potential resources of innovative activity (including R&D outsourcing). In the process of placing industrial and other subdivisions abroad, in particular, there is a tendency of R&D implementation in other countries, the purpose of which is to achieve a synergy effect. In comparison with the previously used data strategies are characterized by a significantly higher degree of initiative. In addition, it traces the development of international practices.

Research of the experience of state regulation in Japan allows formulating a number of generalizations and conclusions that can be interesting and useful for other countries. Although the positioning of market competition as the basic factor of activation of innovative processes in Japan it is recognized that the promotion of innovative activity is the most important task of the state. In Japan it is dominated the integration process, which allows to combine the development of foreign and domestic technology through the realization of direct state control measures for encouragement of innovative activity. In addition, the significant component of the above mentioned process is innovative cooperation, creating opportunities for more competitive advantages, resources, synergies. In the innovative activity of Japan it is observed tendencies in the development of public-private partnership, inter-firm cooperation and international cooperation, the important manifestation of which is intensification of efforts to develop innovative international cooperation, including at the regional level.

The research of works of A. Belov, V.A. Zuckerman [6, 7] and other scientific literature allows to suggest that the extensive experience in the field of state regulation of innovative activity, including international innovative cooperation, has the European Union as the largest economic and political union, aimed at regional integration, and the EU countries are in the forefront of innovative development.

The programs of promotion of innovative activity of Western European countries the development of international cooperation are recognized more than two decades. In scales of the EU the leading positions in the field of development cooperation in the innovative activity belong to the UK, Germany, France and the Nordic countries. Key initiatives of the EU program documents intended to turn R&D results in innovative products and services in order to ensure the competitiveness of the EU, which also means an increase in R&D financing in Europe, strengthening of international innovative cooperation.

The mechanisms, by which the regional authorities are involving the innovations, have specifics in each country, but there are and general tendencies. The results of the research of the EU experience allow concluding that there is a focus of EU innovative policy in the stimulation of innovative cooperation, which is perhaps more important innovative program in comparison with the financing of innovative projects. In the regulation which founded the EU's "Horizon 2020" program, noted that the aim of the EU is to strengthen scientific and technological potential through the formation of the European Research Area, in which is freely extended scientific knowledge and technologies, and also through the EU support to the promotion to the knowledge society and creating a more competitive

and sustainable industry and the economy as a whole, as well as the fact that to achieve this goal is necessary to implement measures for R&D and innovation realization, to strengthen international cooperation, diffusion and optimization of results, stimulation of training and mobility.

Thus, in Europe, activization of international cooperation in innovative activity is carried out continuously for nearly three decades. The considered measures of state regulation are closely related, their action is based on the principle of complementarity in order to achieve the best results of innovative development. It may be noted that the significant number of measures proposes pooling the efforts of subjects of innovative activity, including different countries on the basis of international projects that oriented on achieving maximum efficiency of R&D. In general, the EU countries are characterized by the formation of the three-level innovative policy, including regional, national and supra-national components. The governments of the countries possess a priority in the field fundamental research, training of specialists, and the regions are increasingly carried out a policy of diffusion of innovations. Innovative cooperation allows using operational and financial resource, the competitive advantages of companies in other countries, promotes increasing the productivity of labor and the development of capital-intensive products, allowing to realize large projects, which is extremely difficult without synergies.

Summing up, it should be noted that in countries that have achieved significant results in the innovative development, along with the direct methods of state regulation, the most important place that takes financing, and also are taken the measures for the diffusion of innovations with an emphasis on stimulating methods. One of the problems to be solved in close combination of these methods is the development of innovative cooperation. Globalization and regionalization, the growth of high-end technologies, the limited resources of domestic subjects of innovative activity lead to the fact that innovative cooperation has the significant potential for activization of innovative activity, including at the regional level, and the degree of intensity of its use within state regulation of innovative activity is increasing rapidly. This is evidenced by the experience of the EU, USA and Japan.

As a result, regional authorities and managing strengthen economic relationships with other countries interested in cooperation with subjects of innovative activity. At the same time, regional tasks are solved through close cooperation between federal and regional authorities and administration, because the latter are better known economic, technical and social needs of the regions. And the degree of convergence of the three levels of formation of regional innovative policy (regional policy, regional components of the federal and the transnational policy) recently tends to increase.

LIST OF LITERATURE

- 1 Кондратьев В.Б. Глобальные цепочки добавленной стоимости в современной экономике. Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда «Перспективы». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.perspektivy.info/oykumena/ekdom/globalnyje_cepochki_dobavlennoj_stoimosti_v_sovremennoj_ekonomike_2014-03-17.htm.
- 2 Мантаева Э.И., Слободчикова И.В., Цеденов А.В. Компаративный анализ основных мероприятий национальной и региональной поддержки инновационной деятельности в России и зарубежных странах // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2015. – № 36. – С. 27.
- 3 EUREKA. Doing Business through Technology // 25 Year Country Overviews. 2005–2017. – Brussels: EUREKA, 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/EUREKA/bilgi_gunleri/1-EUREKA_EurostarsProgramme.pdf.
- 4 Белякова А.А. Стимулирование инновационной деятельности как фактор экономического роста (опыт США) // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2016. – № 5. – С. 79–285.
- 5 Зайцев В.К. Инновационная система Японии: реформы и современные возможности // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – № 12. – С. 3–14.
- 6 Белова А.В. Инструменты научно-технического сотрудничества России и Европейского союза в инновационной сфере // Балтийский регион. – 2017. – № 4. – С. 137–149.
- 7 Цукерман В.А. Использование мирового опыта реализации программ инновационного развития для экономики Севера // Север и рынок. – 2018. – № 1. – С. 84–88.

Андағпа

Инновациялық дамуда елеулі нәтижелерге қол жеткізген елдерде қаржыландыру маңызды орын алатын мемлекеттік реттеудің тікелей әдістерімен қатар ынталандыру әдістеріне баса назар аудара отырып, инновацияларды тарату жөніндегі шаралар қабылданады. Осы әдістердің тығыз үйлесуі кезінде шешілетін міндеттердің бірі инновациялық кооперацияны дамыту болып табылады. Осыған байланысты зерттеудің мақсаты Қазақстан Республикасында инновациялық қызметті реттеу шараларын жетілдіру кезінде оларды ықтимал есепке алу үшін дамыған елдерде (АҚШ, Жапония және Еуропалық Одақ мысалында) инновациялық қызметті мемлекеттік реттеуді күшейту ерекшеліктері мен тенденцияларын талдау болып табылады. Мақалада бірқатар елдердің инновациялық жүйелерін дамытуда байқалатын инновациялық қызметті мемлекеттік реттеуді күшейту үрдістері көрсетілген. АҚШ-тың оны жандандыруға ықпал ететін инновациялық қызметінің ерекшеліктері қарастырылды. Авторлармен Жапонияның инновациялық саясатының аспектілері айқындалды, онда инновациялық қызметтің үздік нәтижелеріне қол жеткізу бойынша мемлекет пен бизнестің күш-жігері көрініс тапты. Ұлттық және өңірлік инновациялық жүйелерді табысты дамытатын ЕО елдерінде (Германия, Ұлыбритания және Франция) инновациялық қызметті мемлекеттік реттеудің негізгі шаралары сипатталған. Мақалада Қазақстан Республикасындағы инновациялық қызметті реттеу шараларын жетілдіру кезінде зерттеу барысында анықталған үрдістерді ықтимал есепке алуға қатысты бірқатар қорытындылар мен ұсынымдар берілген.

Тірек сөздер: мемлекеттік реттеу, инновацияларды басқару, өңірлік экономика, инновациялық жүйелер, тенденциялар, талдау, ынталандыру әдістері.

Аннотация

В странах, добившихся значительных результатов в инновационном развитии, наряду с прямыми методами государственного регулирования, важнейшее место среди которых занимает финансирование, принимаются меры по распространению инноваций с акцентом на методы стимулирования. Одной из задач, решаемых при тесном сочетании данных методов, является развитие инновационной кооперации. В связи с этим целью исследования является анализ особенностей и тенденций усиления государственного регулирования инновационной деятельности в развитых странах (на примере США, Японии и Европейского союза) для возможного их учета при совершенствовании мер регулирования инновационной деятельности в Республике Казахстан. В статье показаны тенденции усиления государственного регулирования инновационной деятельности, прослеживающиеся в развитии инновационных систем ряда стран, рассмотрены особенности инновационной деятельности США, способствующие ее активизации. Авторами выявлены аспекты инновационной политики Японии, в которых нашли отражение усилия государства и бизнеса по достижению лучших результатов инновационной деятельности. Охарактеризованы основные меры государственного регулирования инновационной деятельности в странах ЕС, успешно развивающих национальные и региональные инновационные системы (Германии, Великобритании и Франции). В статье представлен ряд выводов и рекомендаций относительно возможности учета выявленных в ходе исследования тенденций в целях совершенствования мер регулирования инновационной деятельности в Республике Казахстан.

Ключевые слова: государственное регулирование, управление инновациями, региональная экономика, инновационные системы, тенденции, анализ, методы стимулирования.

МРНТИ 06.81
УДК 338.24.001.76

А.Н. ДАУРЕНБЕКОВА,¹
д.э.н., профессор.
О.М. ЗАЛУЧЁНОВА¹
к.э.н., доцент.
Университет «Туран»¹

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К РЕАЛИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация

Промышленность играет немаловажную роль в повышении конкурентоспособности отечественной экономики, для которой характерно наличие богатых месторождений разнообразных полезных ископаемых (нефти, газа, угля, урана, черных и цветных металлов и т.д.). Дальнейшая разработка их позволит развивать все отрасли экономики. В первые годы независимости в Казахстане осуществлялась секторальная промышленная политика, проводимая в отношении основных добывающих отраслей. С 2010 г. на основе формирования новой технологической политики в республике произошла трансформация секторальной промышленной политики в инновационную политику. Государство перестало поддерживать затухающие отрасли, а институциональные реформы привели к структурным изменениям в промышленности. Это позволило направить технологический потенциал вузов в частный бизнес, создавая условия для развития инноваций. При этом основные меры государственной поддержки должны включать государственные гарантии кредитов на инновационные проекты в объеме 75–80%; целевые программы развития технологий, направленные на развитие определенных инновационных отраслей по переработке минерального сырья, технологий в добывающем секторе, химии и нефтехимии; создание условий для развития и продвижения инновационно активных предприятий; финансирование начальных этапов проектов за счет привлечения инвестиций неформальных фондов; создание бизнес-структур на основе реализации научных проектов, финансируемых государством, и установление системы госзакупок по инновационным продуктам.

Ключевые слова: инновации, промышленная политика, конкурентоспособность, моделирование, стратегия, инвестиции, финансирование, эффективность, модернизация промышленности.

Развитие промышленности Казахстана в рамках интеграционных процессов определяется стратегическими приоритетами долгосрочной промышленной политики, представляющей собой трансформацию секторальной промышленной политики в инновационную. Это предполагает смену государственной поддержки промышленности секторального типа на технологическую, поскольку конкурентоспособными стали государства с высокой долей наукоемких товаров.

Н.А. Назарбаев в Послании «Стратегия–2050 – новый политический курс состоявшегося государства» отмечает, что «Казахстан в Содружестве Независимых Государств сформировал современную модель рыночной экономики, основанную на частной собственности, свободной конкуренции и принципах открытости» [1]. При этом подчеркнута роль промышленности как ключевой фигуры в развитии конкурентоспособной национальной экономики, имеющей в своем распоряжении богатые месторождения полезных ископаемых, дальнейшая разработка которых позволит развивать все отрасли промышленности.

Это также относится и к промышленной политике в рамках Единого экономического пространства (ЕЭП). При этом необходимо учитывать, что на формирование и развитие долгосрочной промышленной политики в рамках ЕЭП влияет наличие разных по структуре и развитию видов промышленности стран ЕЭП, которые определяются совершенно разными подходами государств в реализации своих национальных политик и адаптации их к общим, евразийским.

Поэтому формирование и развитие долгосрочной промышленной политики предполагает наличие оценки и анализа прошлого и разработку новых стратегических целей как эффективного способа проведения любой долгосрочной секторальной стратегии государства, которую можно начать с создания уполномоченного органа по проведению промышленной политики, состоящего из советов, комитетов и департаментов по планированию и развитию. Все эти подразделения уполномоченного органа ЕЭП будут иметь общее стратегическое видение, основанное на концептуализации долгосрочной промышленной стратегии, сочетающей в себе анализ, оценку, планирование и моделирование новых направлений промышленной политики.

Для моделирования промышленной политики воспользуемся методами планирования и концептуализации, показывающими, что страны Европы в 90-е гг. находились примерно в таком же положении, как Казахстан, то есть существовала секторальная промышленная политика, которая проводилась в отношении основных добывающих отраслей, если таковые были, осуществлялась модернизация этих отраслей и государственная поддержка. В последующий период на основе формирования новой технологической политики произошла трансформация секторальной промышленной политики в инновационную политику, то есть государство перестало поддерживать затухающие отрасли и на основе институциональных реформ произвело структурные изменения в промышленности и направило технологический потенциал вузов в частный бизнес, создавая условия для развития инноваций. Таким образом, инновационная политика достигла своей цели, страны Европы стали высокотехнологичными на мировом рынке и сохранили статус сильных государств.

Результаты анализа модернизации, реструктуризации промышленности Казахстана показывают, что в стране были созданы институциональные структуры промышленности, условия для развития наукоемкого бизнеса и привлечения инвестиций, приняты программные документы по развитию промышленности.

Крупными программными документами стали Государственная программа форсированного индустриально-инновационного развития (ГПФИИР), «Карта индустриализации» и «Производительность–2020», результатами которых являются повышение производительности труда в обрабатывающей промышленности, создание отраслевых комплексов в строительной индустрии, металлургии, нефтепереработке.

Однако по структуре ВВП и отраслевой направленности промышленности Казахстан имеет сырьевую направленность, на недостаточном уровне развиваются обрабатывающая промышленность, малый и средний бизнес. Поэтому процесс формирования промышленной политики должен, по нашему мнению, включать три важных этапа:

- ◆ развитие добывающих отраслей;
- ◆ развитие обрабатывающей промышленности;
- ◆ развитие технологической политики.

Если на первом этапе государство использовало методы стабилизации и удержания промышленности через прямое вмешательство, то на втором и третьем этапах правительство применяет косвенные методы воздействия, создавая институциональные элементы инновационной политики, благоприятного бизнес-климата, привлечения инвестиций, развития инфраструктуры, межведомственного взаимодействия, через организацию совместных платформ для создания правовых норм, инвестиций, обмена и передачи знаний и технологий, научно-исследовательских программ. Основными мерами государственной поддержки должны быть:

- ◆ государственные гарантии кредитов на инновационные проекты в объеме 80–85%;
- ◆ целевые технологические программы, позволяющие развивать определенные инновационные отрасли в переработке минерального сырья, технологии в добывающем и металлургическом секторах, биотехнологии, технологии химии и нефтехимии, инженерные технологии, информационные технологии;
- ◆ поддержка инновационно активных предприятий – создание условий для продвижения;
- ◆ привлечение инвестиций неформальных фондов для финансирования начальных этапов проектов;
- ◆ создание бизнес-структур на основе реализации научных проектов, финансируемых государством;
- ◆ установление системы госзакупок по инновационным продуктам [2].

Промышленная политика естественно проходит определенные этапы развития. Так, в европейских странах промышленная политика трансформировалась из системной и секторальной в инновационную, то есть прошла этапы формирования на основе факторов производства и инвестиций, на основе развития инфраструктуры и информации и в настоящее время базируется на основе инноваций.

Отечественная промышленная политика в современных условиях основывается на факторах производства и инвестициях, что не только мешает ей перейти на инновационный путь по показателям инновационности, но и ведет к отставанию по мировым стандартам конкурен-

тоспособности, по которым Казахстан находится на 70-м месте. Это ведет к торможению промышленности, такая промышленная политика вынуждена все время вкладывать финансовые средства в модернизацию добывающих отраслей, дающих наибольший экономический эффект для страны.

Инновационная промышленная политика предполагает формирование благоприятной инновационной бизнес-среды, поддержку со стороны государства, непосредственное участие государственных органов в инновационном процессе не только в виде грантов, но и как совместных проектов «государство – вуз – бизнес». Ее реализация ведет к развитию инновационных предприятий через использование потенциала системообразующих предприятий добывающих отраслей путем создания центров инновационного роста и технологии по переработке нефти, в области нефтехимии, в других отраслях [3].

Новая модель промышленной политики Казахстана осуществляется, исходя из оценки современного состояния промышленности, определения причин отставания и обоснования приоритетов в соответствии с имеющимися государственными программами развития.

Стратегии развития финансируются через государственные целевые программы, инвестиционные программы, а также через такие инструменты фискальной политики, как государственные закупки, трансферты регионам, субсидии и льготы отраслям и проектам. При этом оценивается стоимость каждого направления стратегии, анализируются возможные источники ресурсов, необходимых для их реализации. По приоритетным же направлениям разрабатываются более детальные целевые программы, увязывающие решение поставленных задач с финансовыми источниками, определяющие сроки и ответственных исполнителей.

Необходимо учитывать, что, помимо государственного бюджета и целевых фондов, создаваемых правительством, существуют и другие инструменты – суверенные фонды накопления богатств благосостояния, частные инвестиционные фонды, частные благотворительные фонды и т.д. Банковская же система может предлагать свои продукты (сберегательные планы, кредитные линии и т.п.), способные служить интересам долгосрочной стратегии развития. Ключевыми критериями для выбора того или иного института, инструмента или формата являются:

- ♦ предпочтительность для населения, бизнеса и правительства;
- ♦ соответствие целям программ и проектов, на которые предполагается направить мобилизованные средства [4].

Это предполагает проведение системных преобразований, помогающих концептуализировать и создать стратегию развития промышленности, а также разработку принципов промышленной политики, отражающую стратегическое видение государства на долгосрочный период.

Системные преобразования промышленности стран ЕЭП неоднородны по характеру воздействия на экономические процессы. Среди них можно выделить действия, направленные на:

1) сокращение издержек промышленности, то есть внедрение ресурсосберегающих технологий, замену оборудования на более производительное;

2) расширение и замену номенклатуры производимой продукции, то есть перепрофилирование производства на выпуск конкурентоспособного товара, модернизацию производимого продукта, выпуск новых видов товаров;

3) совершенствование организационно-управленческой системы промышленности, то есть внедрение системы контроля качества производства, сертификацию системы управления по международным стандартам.

Все эти направления системных преобразований ведут к формированию эффективной промышленной политики, позволяющей действовать сразу в нескольких направлениях для сохранения высоких темпов развития промышленности. В них входят также и меры по реализации инновационной стратегии, инвестиционному обеспечению инновационной деятельности, управлению бизнес-процессами в промышленности, корректировке программы развития инновационной деятельности, разрабатываемой на государственном уровне и имеющей аналоги в регионах, которые должны стать локомотивами инновационной деятельности [5]. Для их реализации необходимо участие различных государственных фондов, агентств по информационному и инвестиционному обеспечению, агентств малого бизнеса, фондов финансирования инновационных технологий, развития инновационных проектов среди частных фирм и малых предприятий, создания технополисов, то есть взаимодействие бизнеса, местных органов власти и фондов финансирования, в которых местные власти являются инициаторами и

непосредственными участниками процесса инновационной деятельности и технологических кластеров – объединения научных, государственных и бизнес-структур, находящихся на одной территории с целью создания инновационных кластеров, которые станут центрами технологического развития регионов в будущем.

Индустриализация страны в настоящее время основывается на курсе форсированной индустриализации, принятом в 2010 г., который направлен на создание институциональной и законодательной базы, инвестиционной политики, диалога бизнеса и государства, среды для развития крупного и среднего бизнеса.

Для эффективного развития промышленности стран ЕЭП, имеющих разную отраслевую направленность, большое значение имеет промышленная политика, разработанная с учетом технологического развития, которая включает три блока: государственное стимулирование развития промышленности, инновации и инвестиции.

Стимулирование развития промышленности происходит по трем направлениям.

Первое направление предназначено для создания бизнес-среды малого бизнеса в этих отраслях, предполагающей, что промышленная политика будет направлена на развитие инновационной деятельности, в том числе на государственную поддержку этой деятельности через механизм стимулирования малого бизнеса, а также развитие основных ресурсодобывающих отраслей на основе реализации «Карты индустриализации» и дальнейшей модернизации промышленности.

Второе направление связано с трансформацией обрабатывающих отраслей в более технологично развитые, которые сейчас значительно отстают от добывающих и которые будут развиваться через механизм технополисов и региональных кластеров.

Это направление промышленной политики решает ряд задач:

- ♦ дает возможность развития обрабатывающих отраслей в инновационно-технологическом направлении;
- ♦ открывает возможности для развития регионов и их инновационного потенциала;
- ♦ создает совершенно новый вид производственных отношений для региона, включающих бизнес, государственные структуры, научные учреждения;
- ♦ создает условия для формирования малого предпринимательства любого вида;
- ♦ позволяет развивать инфраструктуру промышленности, что будет способствовать переходу промышленности к инновациям;
- ♦ расширяет возможности развития предприятий региона в направлении единого комплекса по созданию добавочной стоимости конечного инновационного продукта;
- ♦ стимулирует развитие инноваций в регионах и совершенствование деятельности научных учреждений [6].

Это направление связано с инновационной политикой и созданием наукоемкого бизнеса на основе развития технополисов и региональных кластеров.

При этом под технополисом понимается структура, объединяющая в себе заинтересованных лиц местной администрации, бизнеса, научных и учебных заведений. Для эффективности деятельности технополиса необходимо привлечение научных институтов, лабораторий, КБ, информационных и маркетинговых агентств по изучению спроса на инновационную продукцию, местной администрации, которая путем льготного налогообложения будет привлекать инвесторов в бизнес-структуры и использовать свои средства для создания фондов финансирования.

Региональный кластер – это похожая структура развития малого наукоемкого бизнеса, работающая на основе научных подразделений научно-исследовательских институтов и учебных заведений через систему госзаказа и государственных фондов региона, которая аккумулирует лучшие научные бизнес-идеи и выходит на рынок с инновационной продукцией.

Как видно, кластер – это сеть предприятий одного региона, объединяющая инновационные возможности этих предприятий посредством сосредоточения их вокруг научных учреждений, то есть должны быть предприятия, продукция которых может стать инновационной при определенных научных исследованиях и доработках. Это позволит объединить не только основные фонды предприятий, но и кадры, инвестиции, создать единую программу развития технологий, возможно, разделить этапы создания инновационной продукции по предприятиям и в конечном итоге приведет к формированию инновационной сети производственных связей, когда бизнес-

идея возникает снизу и объединяет все связи кластера в единый проект, формируя производственные отношения для создания продукции вокруг какого-либо научного учреждения, которое является системообразующим ядром.

При этом для создания благоприятной бизнес-среды важное значение имеет создание инновационных фондов, выполняющих функции финансирования, координирования, консультационного обеспечения инновационного процесса и объединения практически всех элементов инновационного процесса, от идентификации рыночных ниш до конструирования стоимостных цепочек и создания компаний. Как видно, фонды могут стать системными интеграторами инновационных проектов, посредником между государством и частным бизнесом и в итоге успешной демонстрационной моделью нового инновационного института [7].

Необходимо обратить внимание на диверсифицированную структуру бизнеса фондов, включающую услуги, обучение, управление технологическими проектами, венчурное предпринимательство, которая позволит сформировать портфель коммерчески жизнеспособных проектов, обеспечивающих финансовую устойчивость и некоторое пространство независимости фондов. Чтобы избежать старения организации, фонды все время должны экспериментировать, искать новые проекты и способы их реализации.

Смешанное же финансирование и возвратность проектных инвестиций по мере выхода на коммерческую самостоятельность бизнеса позволит осуществить их последующую продажу, что повышает эффективность механизма внедрения и распространения технологий с помощью продажи технологических компаний. Фонды развития инноваций создаются для финансирования проектов с инновациями, не имеющих своих средств для внедрения и доведения до стадии завершения и должны рассматривать:

- ♦ развитие новых продуктов или услуг, которые не существуют на мировом или на национальном рынке и для которых могут быть созданы национальные производственные мощности;
- ♦ развитие продуктов и услуг, которые хотя и существуют на национальном рынке, но не производятся;
- ♦ инкорпорирование новых производственных процессов, не существующих в стране, которые значительно повышают эффективность и производительность компании.

Как видно, реализация промышленной политики в развитых странах указывает на необходимость смены формата промышленной политики – от секторальной к инновационной. Казахстан, пройдя несколько этапов промышленной политики эволюционным путем, переходит на инновационный путь.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Назарбаев Н.А. Стратегия «Казахстан–2050»: новый политический курс состоявшегося государства // Казахстанская правда. – 2012. – № 437–438. – 15 декабря.
- 2 Механизм регулирования экономики в Германии: как он функционирует и чему учит. – М., 1995. – С. 148–153.
- 3 Титов К. Региональная промышленная политика: цели, задачи, приоритеты // Проблемы теории и практики управления: международный журнал. – 2002. – № 5. – С. 55–61.
- 4 Арсаханова Л.И. Экономическое развитие Республики Казахстан в 90-е годы и в начале XXI столетия: дис. ... канд. экон. наук. – М., 2005. – 214 с.
- 5 Платежный баланс Республики Казахстан: <http://www.nationalbank.kz>. 24.09.2013.
- 6 Хан В.А. Управление инновационно-циклическим развитием: пример Казахстана // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. – № 5. – С. 89–94.
- 7 Сысоев Е.В. Зарубежный опыт разработки и реализации промышленной политики // Научные труды МосГУ. – № 143. – 73 с.

Андатпа

Әрі қарай даму экономиканың барлық салаларын дамытуға мүмкіндік беретін әр түрлі пайдалы қазбалардың (мұнай, газ, көмір, уран, қара және түсті металдар және т.б.) бай кен орындарының болуымен сипатталатын отандық экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда өнеркәсіп маңызды рөл атқарады. Тәуелсіздіктің алғашқы жылдарында Қазақстан негізгі өндіруші салаларға қатысты салалық индустриялық саясат жүргізді. 2010 жылдан бастап жаңа технологиялық саясатты қалыптастыру негізінде республика

салалық индустриялық саясатты инновациялық саясатқа айналдырды. Мемлекет бәсеңдеген салаларды қолдауды тоқтатты, ал институционалдық реформалар саладағы құрылымдық өзгерістерге әкелді. Бұл инновациялардың дамуына жағдай жасай отырып, университеттердің технологиялық әлеуетін жеке бизнеске бағыттауға мүмкіндік берді. Бұл жағдайда мемлекеттік қолдаудың негізгі шараларына: 75–80% мөлшерінде инновациялық жобаларға қарыздардың мемлекеттік кепілдіктері; пайдалы қазбаларды қайта өңдеудің, өндіруші, химия және мұнай-химия салаларындағы технологиялардың жекелеген инновациялық салаларын дамытуға бағытталған технологияларды дамытудың мақсатты бағдарламалары; инновациялық және белсенді кәсіпорындарды дамыту және жылжыту үшін жағдайлар жасау; бейресми қорлардан инвестиция тарту арқылы жобалардың бастапқы кезеңдерін қаржыландыру; мемлекет қаржыландыратын ғылыми жобаларды іске асыру негізінде инновациялық құрылымдарды құру және мемлекеттік сатып алу жүйесін құру негізінде бизнес құрылымдарын құру.

Тірек сөздер: инновациялар, өнеркәсіптік саясат, бәсекеге қабілеттілік, модельдеу, стратегия, инвестициялар, қаржыландыру, тиімділік, өнеркәсіпті жаңғырту.

Abstract

Industry plays an important role in improving the competitiveness of the domestic economy, which is characterized by the presence of rich deposits of various minerals (oil, gas, coal, uranium, ferrous and non-ferrous metals, etc.), the further development of which will allow the development of all sectors of the economy. In the early years of independence, Kazakhstan implemented a sectoral industrial policy pursued in relation to the main extractive industries. Since 2010, on the basis of the formation of a new technological policy, the republic has undergone a transformation of sectoral industrial policy into an innovative policy. The state has ceased to support damped industries, and institutional reforms have led to structural changes in the industry. This allowed us to channel the technological potential of universities into private business, creating the conditions for the development of innovation. In this case, the main measures of state support should include: state guarantees of loans for innovative projects in the amount of 75–80%; targeted technology development programs aimed at developing certain innovative industries for the processing of minerals, technology in the extractive sectors, chemistry and petrochemicals; creating conditions for the development and promotion of innovative and active enterprises; financing the initial stages of projects by attracting investment from informal funds; creation of business structures based on the implementation of scientific projects funded by the state and the establishment of a public procurement system for innovative products.

Key words : innovation, industrial policy, competitiveness, modeling, strategy, investment, financing, efficiency, modernization of industry.

FTAХР 06.71.57
ӘОЖ 338.312

Ж.Б. РАХМЕТУЛИНА,¹

э.ғ.к., профессор.

А.К. АУЕЛБЕКОВА,¹

э.ғ.к.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті¹

КӘСІПОРЫННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ӘЛЕУЕТІНЕ ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОРЛАРДЫ ЖІКТЕУ

Аңдатпа

Әлемнің барлық дамыған елдерінде шағын бизнес инновациялық дамудың қуатты қозғаушы күші болып табылады. Ол жаңа идеялар мен жаңалықтардың көзі және генераторы бола отырып, инновациялық қызметтің негізгі субъектісі болып табылады. Қазақстан экономикасының қазіргі кезеңінде инновацияларды енгізу және дамыту шағын және орта бизнес субъектілері қызметінің тиімділігін арттырудың маңызды факторы ғана емес, сонымен қатар, ұлттық мемлекеттік экономикалық саясаттың басым бағыты болып табылады. Қазіргі уақытта экономикалық, әлеуметтік, басқару мәселелерін шешу кезінде шағын кәсіпкерлік субъектілерінің табысы ғылыми зерттеулер мен әзірлемелердің нәтижелерін пайдалануға және коммерцияландыруға, бәсекеге қабілетті жаңа тауарлар мен қызметтерді шығаруға бағытталған оның ерекше, жаңашыл стиліне, инновациялық қызметіне байланысты. Осыған байланысты, осы зерттеудің мақсаты инновациялық әлеуеттің әртүрлі факторларын зерттеу болып табылады, олар оның дамуына кедергі келтіруі және ықпал етуі мүмкін. Осы мақала шеңберінде авторлар кәсіпорындардың инновациялық әлеуетіне әсер ететін әртүрлі факторларға жан-жақты талдау жүргізеді, жалпы ғылыми әдістерді: синтездеу, талдау, салыстыру, жалпылау қолдана отырып, факторлардың жіктелуін әзірледі. Зерттеу нәтижелері кәсіпорын басшыларына инновацияларды енгізу кезінде пайдалы болуы мүмкін, кәсіпорынның инновациялық қызметін тиімді басқаруға мүмкіндік беретін ұтымды шешімдер қабылдау кезінде қолданылуы мүмкін.

Тірек сөздер: инновациялық әлеует, тиімділік факторлары, шағын кәсіпкерлік, бәсекеге қабілеттілік, ғылыми әзірлемелер, талдау.

Әрбір кәсіпорын, оның ішінде шағын кәсіпорын өзінің инновациялық қызметін жүзеге асыра отырып, бүгінгі күні жоғары тәуекел және белгісіздік дәрежесімен ерекшеленетін ішкі және сыртқы ортаның түрлі факторларының әсерін бастан кешуде. Осы қызметті іске асыру қабілеті кәсіпорынның инновациялық әлеуетімен анықталады, осыған байланысты инновациялық әлеуетті бағалау әдістерін әзірлеу үшін оның дамуына әртүрлі факторлардың әсер ету сипаты мен дәрежесін белгілеу қажет.

Әдебиетке шолу жасау шағын кәсіпкерлік субъектілерінің инновациялық әлеуетіне әсер ететін факторларды топтастырудың бірнеше тәсілдерін анықтауға мүмкіндік берді. Мысалы, инновациялық қызметке кедергі келтіретін және ықпал ететін факторлардан тұратын факторлардың жіктелуі бар. Инновациялық қызметтің дамуына кедергі келтіретін факторларға мыналар жатады: ғылыми зерттеулер мен технологиялық әзірлемелерге қаржылық қолдаудың төмендігі, ғалымдарға жеткіліксіз қолдау көрсетуі, шағын кәсіпорындарды құқықтық қорғаудың әлсіз болуы, сондай-ақ инновациялық объектілерді ақпараттық қамтамасыз етудің әлсіз болуы. Инновациялық әлеуеттің дамуына кедергі келтіретін факторларды екі топқа бөліп көрсетуге болады: инновациялық әлеуеттің сапалы мазмұнын анықтайтын трансформациялық факторлар (кадрлық, ғылыми, техникалық-технологиялық және қаржылық шектеулер); кәсіпорынның инновациялық қызметін жүзеге асыруға дайындығын сипаттайтын трансакциялық факторлар (ақпараттық, ұйымдастырушылық және институционалдық шектеулер) [1]. Осы кедергілерді жою және инновациялық кәсіпорындарды қолдау мақсатында инновациялық қызметке қатысушылардың өзара байланысын қамтамасыз ететін инновациялық инфрақұрылым объектілері құрылуы тиіс.

Н.А. Арсентьева инновациялық әлеуеттің келесі факторларына назар аударды: мемлекеттік және жеке меншік сектордың инновацияларды енгізуге дайындығы, зерттеу бағыттары, қоғамның инновацияларға қабылдағыштығы және инновациялық дәстүрлер [2]. Біздің ойымызша, бұл факторлар тізімі толық емес.

Кейбір ғалымдар инновациялық әлеуетті өзгертудің ішкі мазмұнын, ауқымы мен қарқынын ғана анықтайтын факторларды қарастырды:

- ◆ ішкі және сыртқы нарықтарда бәсекеге қабілеттілікті арттыру мақсатында өнімді жаңарту, оның техникалық-пайдалану деңгейін арттыру;
- ◆ халықаралық ғылыми-техникалық ынтымақтастықтың белсенділігін арттыру, әлемдік нарыққа шығу;
- ◆ ғылыми зерттеулер мен техникалық әзірлемелердің нәтижелерін жылдам игеру және жаппай тарату;
- ◆ құрамына зерттеу және инженерлік-техникалық персонал кіретін кадрлық әлеуетті сақтау [3].

Кәсіпорындардың инновациялық әлеуетіне кері әсер ететін факторлар белгілі бір қызығушылық танытады, оның ішінде экономикалық, өндірістік және ұйымдастыру факторлары қарастырылған (кесте 1).

Кесте 1 – Кәсіпорындардың инновациялық әлеуетіне теріс әсер ететін факторларды жіктеу

Факторлар		
Экономикалық	Өндірістік	Ұйымдастыру
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Өз қаражаты мен мемлекеттік қаржылық қолдаудың жетіспеушілігі ◆ Инновациялық өнімдерге төлем қабілеттілігінің төмендігі ◆ Жаңалықтардың жоғары құны ◆ Жаңалықтардың өтелімділігінің ұзақ мерзімі және т.б. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Кәсіпорындардың жаңа енгізілімдерге шағын сезімталдығы ◆ Жаңа технологиялар туралы ақпараттың жетіспеушілігі ◆ Білікті персоналдың жеткілікті санының болмауы ◆ Басқа инновациялық-белсенді кәсіпорындармен және ғылыми ұйымдармен кооперация үшін мүмкіндіктердің жеткіліксіздігі 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Инновациялық қызметті реттейтін заңнамалық және нормативтік-құқықтық құжаттардың жеткіліксіздігі ◆ Инновациялық үдерістер мерзімдерінің белгісіздігі ◆ Инновациялық ◆ Инфрақұрылымның дамымауы ◆ Технологиялар нарығының дамымауы
Ескертпе – Көзі [4].		

Егер елдегі инновациялық дамуға белгілі бір саяси және экономикалық басымдықтар берілетін болса, инновациялық әлеуетті қалыптастырудың қолайсыз факторларының көпшілігін тез еңсеруге болады. Сонымен қатар, тездетуге келмейтін факторлар бар. Бұл еңбек әлеуетінің сапасы, еңбек нарығының инновациялық сегментінің талаптарына сәйкес құзыреттілік және т.б.

Инновациялық әлеуеттің ішкі факторларына инновациялық қызмет субъектісінің өзі тікелей әсер ететін факторлар жатады. Олар: менеджменттің жай-күйін, ұйымның инновацияға қабілеттілігін көрсететін ұйымдастырушылық факторлар; кәсіпорынның жаңа технологиялар мен инновациялық өнімдерді дамытуға бағытталуымен байланысты технологиялық факторлар; кәсіпорынның активтері мен пассивтерінің сапалық сипаттамалары, пайда мен өтімділік көрсеткіштері, капиталдың жеткіліктілігін сипаттайтын экономикалық факторлар болып бөлінеді [5].

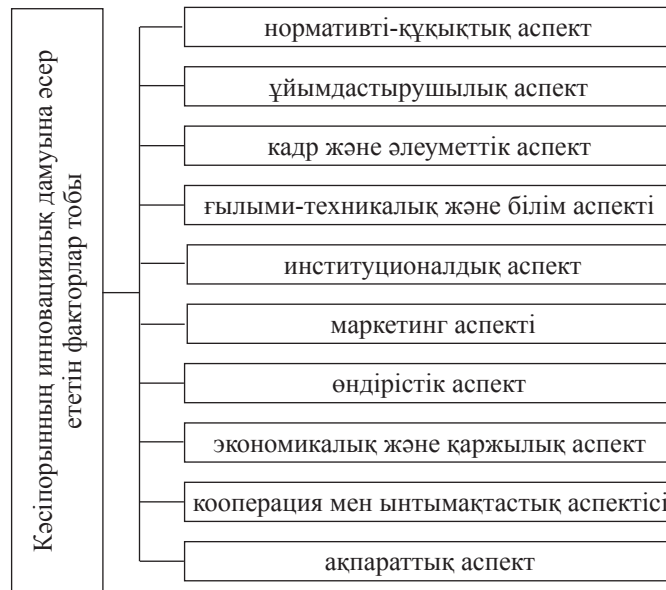
Сыртқы орта факторлары екі дербес топқа біріктіріледі:

1) кәсіпорынның жұмысына тікелей әсер ететін (нормативтік-құқықтық актілер, мемлекеттік реттеу органдары, ресурстарды, жинақтаушы бұйымдарды жеткізушілер, дайын өнімді тұтынушылар, бәсекелестер);

2) кәсіпорын жұмысына жанама әсер ететін (экономиканың жалпы жағдайы, саяси жағдай, ғылыми-техникалық прогресс, сондай-ақ табиғи, мәдени және демографиялық факторлар) [6].

Айта кетерлік жайт, кәсіпорындардағы инновациялық қызмет белгілі бір себептер мен факторларға байланысты мүлде басталмауы немесе дамымауы мүмкін, олар: жоғары бағалар; сатып алу сұранысының болмауы; кәсіпорынның ерекше факторлары; заңнамалық факторлар.

Инновациялық қызметке әсер ететін факторлардың кең жіктелуі Ю.А. Чайран жұмысында ұсынылған (сурет 1, б. 29). Анықталған факторлар кәсіпорындарға елеулі әсер етеді және қызметке ықпал етеді немесе оны, оның ішінде инновациялық қызметті де баяулатады.



Сурет 1 – Кәсіпорындардың инновациялық дамуына әсер ететін факторларды жіктеу

Ескертпе – Көзі [7].

Зерттеу барысында инновациялық қызметті жылжытуды шектеуші-факторлар мен ынталандыру-факторлары анықталды. Ынталандыру-факторлары сыртқы және ішкі ортада пайда болады, бұл кәсіпорынның инновациялық қызметін дамытуға ықпал ететін катализаторлар. Инновациялық қызметті шектеуші-факторлар кәсіпорынның инновациялық даму процесін тежейтін сыртқы және ішкі орта тарапынан теріс әсерлермен анықталады.

Сөзсіз, факторларды жіктеуді әзірлеу мәселесі таусылған жоқ және өзінің одан әрі дамуына ие болады. Ең бастысы жалпы жүйедегі факторлардың әрбір тобының орнын нақты анықтау болуы тиіс. Мұндай жағдайда факторларды жіктеу міндеті факторлар жүйесін анықтаудан тұрады.

Факторларды жіктеудің барлық бар белгілері мен оның жекелеген түрлері туралы ақпаратқа ие болу ғылыми және практикалық қызмет үшін үлкен маңызға ие. Сонымен қатар, қазіргі сыныптамалар инновациялық әлеуетті талдау және бағалау теориясына органикалық түрде сәйкес келмейді деп ойлаймыз. Осыған байланысты қолда бар ақпарат пен ақыл-ой мәнінің логикасы негізінде топтар мен факторлар түрлерін сәйкестендірудің әдіснамалық аспектілеріне қажеттілік туындады. Біздің ойымызша, оңтайлы басқару мақсаттары үшін факторларды жіктеуге ақылға қонымды оңайлатуды іздеу шектеулі уақыт аралығында басқару шешімдерін қабылдауды қамтамасыз ету қажеттілігімен және ең аз шығындармен байланысты.

Инновациялық әлеуетке әсер ететін факторлардың авторлық сыныптамасын әзірлеу үшін мынадай аспектілерді атап өткен жөн.

Біріншіден, біздің ойымызша, барлық факторларды екі топқа бөлу орынды: ынталандырушы және шектеуші. Екіншіден, факторлардың жіктелуі қауіптердің пайда болу көздерін көрсетуі тиіс. Кәсіпкерлік қызметте қауіптер сырттан да, ұйымның ішінде де туындауы мүмкін. Осыған байланысты біз факторларды ішкі және сыртқы деп бөлеміз. Үшіншіден, факторларды жүйелеу иерархиялық деңгейді де ескеру керек деп ойлаймыз.

Шағын кәсіпорынның инновациялық әлеуетіне әсер ететін факторлардың авторлық жіктелуі жіктеудің барлық үш белгісін біріктіретін матрица түрінде ұсынылған (кесте 2, б. 30).

Ынталандырушы сыртқы факторларға біз шағын және орта бизнесті қолдаудың мемлекеттік бағдарламаларын жатқыздық. Біздің ойымызша, мемлекеттің рөлі тұтастай алғанда кәсіпорындардың инновациялық дамуы саласындағы стратегиялық мақсаттарды, басымдықтарды айқындауда, инновацияларды енгізу, осы дамуды қолдау, сондай-ақ заңнамалық базаны құру жолымен тиімді қанағаттандыруға болатын қоғамның қажеттіліктерін айқындауда болып табылады.

Кесте 2 – Шағын кәсіпорындардың инновациялық әлеуетіне әсер ететін факторларды жіктеу

Факторлар		Ішкі	Сыртқы
Факторлар	Шектейтін	<ul style="list-style-type: none"> ◆ қаржы ресурстарының жетіспеушілігі; ◆ персонал біліктілігінің жеткіліксіздігі; ◆ инновациялық қызмет менеджментінің болмауы; ◆ жеке әзірлемелердің болмауы. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ бәсекелестердің іс-әрекеті; ◆ нарықта сұраныстың болмауы; ◆ жоғары салықтар мен алымдар; ◆ елдегі қолайсыз саяси жағдай.
	Ынталандырушы	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ұйымдық құрылымның карапайымдылығы; ◆ ұйымды басқару ұтқырлығы; ◆ дамыған инфрақұрылым; ◆ тұтынушыларға бағыт беру. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ технологияның дамуы; ◆ әлеуметтік-мәдени орта; ◆ мемлекеттің инновациялық саясаты; ◆ шағын орта бизнесті қолдаудың мемлекеттік бағдарламалары.
Ескертпе – Авторлармен құрастырылған.			

Әлеуметтік-мәдени орта соңғы инновациялық өнімге сұраныстың қалыптасуын, сондай-ақ өндіріске және өмірге жаңа енгізілімдерді енгізу мүмкіндігін тікелей айқындайды. Қоғамның жаңа, прогрессивті ұмтылуы, әлеуметтік дағдарыстарды еңсеру және демографиялық мәселелерді шешу үшін инновацияларды енгізу қажеттілігі қоғамның, тұтастай алғанда елдің, сондай-ақ шағын кәсіпорындардың инновациялық дамуын ынталандырады.

Ғылыми-техникалық прогресті дамытудың жоғары деңгейі инновациялық процесті жылдам, тиімді жүзеге асыруға мүмкіндік береді, әртүрлі салаларда бір ғылыми-техникалық идеяны дамыту мен қолданудың баламалы жолдарын таңдауға мүмкіндік береді.

Бәсекелестік жаңалықтарды енгізу процесін жеделдетуге ықпал етеді, кәсіпорынның бәсекелестік позицияларын нығайту үшін жаңа бәсекелестік шешімдерді іздестіруді ынталандырады, соның салдарынан – түрлі әзірлемелерді жүзеге асырады.

Жүргізілген талдау негізінде сыртқы ортаның факторлары кез келген кәсіпорынның қызметіне үлкен әсер етеді, алайда бұл әсердің күші мен ерекшелігі бірдей емес деп қорытынды жасауға болады. Кәсіпорынның инновациялық қызметіне қандай жағдайлар әсер ететінін білу үшін ішкі орта факторларына талдау жүргіземіз.

Қазіргі таңда тұтынушымен тиімді жұмыс істеу мәселесі бірінші жоспарға шығады, инновацияларды коммерциялық іске асырудың табысы оған байланысты. Инновацияларды тиімді коммерцияландыру өндірушілерді инновациялық әлеуетті арттыруға, инновациялық қызмет ауқымын ұлғайтуға ынталандырады.

Ақпараттық, ғылыми, өндірістік қолдау көрсетуді, консалтингтік және білім беру қызметтерін, жарнама және инновацияларды ілгерілету бойынша қызметтерді көрсетуді болжайтын дамыған инфрақұрылым сөзсіз кәсіпорынның инновациялық әлеуетін қалыптастыруға оң әсерін тигізеді.

Инновациялық қызметті қаржыландыру меншікті, тартылған және қарыз қаражаты есебінен жүзеге асырылуы мүмкін. Әрбір кәсіпкердің инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін несие тартуға мүмкіндігі мен ықпалы жоқ, бұл оның жоғары тәуекелдеріне, сондай-ақ несие бойынша жоғары ставкадан бастап және несиені кепіл мүлкімен қамтамасыз ету қажеттігіне дейін несиелік ұйымдардың талаптары мен шарттарына байланысты.

Кәсіпорынның инновациялық қызметі кәсіпорынның жетістігінің, оның қазіргі экономикалық ортада өмір сүру қабілетінің кілті болып табылады. Авторлар ұсынған матрица түріндегі жіктеу: сыртқы және ішкі факторларды анықтауға; кәсіпорынның инновациялық әлеуетін қалыптастыру мен дамытуға әсер ететін факторларды нақты құрылымдауға; инновациялық қызметтің төмендеуіне себеп болуы мүмкін факторларды белгілеуге мүмкіндік береді. Әрбір факторды егжей-тегжейлі зерделеу кезінде олардың әсерін азайту құралдарын іздеумен, сондай-ақ кәсіпорындарды инновациялық дамытудың тиімді әдістемесін құрумен айналысуға болады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Макарова Е.С. Классификация факторов инновационного потенциала региона // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2012. – № 1. – С. 48–56.
- 2 Арсентьева Н.А. Инновационный потенциал как фактор обеспечения конкурентоспособности экономической системы: дис. ... канд. экон. наук. – Чебоксары: Чувашский гос. университет им. И.Н. Ульянова, 2010. – 144 с.
- 3 Диваева Э.А. Основы оценки уровня инновационного потенциала и оценка его уровня. – М.: КНОРУС. – 2009. – 260 с.
- 4 Бакланова Ю.О. Управление портфелем проектов развития организации: монография. – МЦНИП, 2014.
- 5 Суязов В.Н. Оценка эффективности инновационного развития производственных организаций: монография. – М.: Восход. – 2010. – 300 с.
- 6 Гумба Х.М., Михайлов В.Ю., Гамулецкий В.В. Формирование механизма инновационно-стратегического развития строительных предприятий. – М.: Ассоциация строительных вузов, 2014. – 400 с.
- 7 Чайран Ю.А., Белякова Г.Я. В состоянии прорыва: факторы, влияющие на развитие инновационной деятельности // Креативная экономика. – 2014. – № 11(95). – С. 162–170.

Аннотация

Во всех развитых странах мира малый бизнес является мощным двигателем инновационного развития. Он часто выступает основным субъектом инновационной деятельности, являясь источником и генератором новых идей и нововведений. На современном этапе казахстанской экономики внедрение и развитие инноваций является не только важным фактором повышения эффективности деятельности субъектов малого и среднего бизнеса, но и приоритетным направлением национальной государственной экономической политики. В настоящее время успех субъектов малого предпринимательства при решении экономических, социальных, управленческих проблем зависит от его специфического, новаторского стиля, инновационной деятельности, которая направлена на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок, выпуск новых конкурентоспособных товаров и услуг. В связи с этим целью данного исследования является изучение различных факторов инновационного потенциала, которые могут как препятствовать, так и способствовать развитию малого бизнеса. В рамках статьи авторами проведен всесторонний анализ различных факторов, влияющих на инновационный потенциал предприятий, разработана классификация факторов с использованием общих научных методов: синтеза, анализа, сравнения, обобщения. Результаты исследования могут быть полезны руководителям предприятий при внедрении инноваций, использованы при принятии рациональных решений, которые позволят эффективно управлять инновационной деятельностью предприятия.

Ключевые слова: инновационный потенциал, факторы эффективности, малое предпринимательство, конкурентоспособность, научные разработки, анализ.

Abstract

In all developed countries of the world, small business is a powerful engine of innovative development. It often acts as the main subject of innovation, being a source and generator of new ideas and innovations. At the present stage of the Kazakhstan economy, the introduction and development of innovations is not only an important factor in improving the efficiency of small and medium-sized businesses, but also a priority area of national state economic policy. At present, the success of small businesses in solving economic, social, managerial problems depends on its specific, innovative style, innovation activity, which is aimed at the use and commercialization of research and development results, the introduction of new competitive products and services to the market. In this regard, the aim of this study is to study the various factors of innovative potential that can both hinder and promote the development of small businesses. In the framework of the article, the authors conducted a comprehensive analysis of various factors affecting the innovative potential of enterprises, developed a classification of factors using general scientific methods: synthesis, analysis, comparison, generalization. The results of the study can be useful to managers of enterprises in the implementation of innovations, used in making rational decisions that will effectively manage the innovation activity of the enterprise.

Key words: innovative potential, efficiency factors, small business, competitiveness, scientific developments, analysis.

IRSTI 06.51.57
UDC 339.976

M.M. ABAYDULLAYEVA,^{1,2}

PhD, associate professor.

G.U. KHADZHIEVA,²

c.e.s., associate professor.

A.A. ARUPOV,^{1,2}

d.e.s., professor.

L.A. TUSUPOVA,²

d.e.s., professor.

Institute of World Economy and

International Relations.¹

Turan University²

POTENTIAL FOR DEVELOPMENT OF INTEGRATION COOPERATION OF CENTRAL ASIAN COUNTRIES

Abstract

The article is devoted to the issues of economic cooperation of the countries of the Central Asian region in the conditions of acceleration and deepening of Eurasian integration ties in the post-Soviet economic space, which will ensure the dynamics of foreign trade relations, the expansion of the structure of commodity exchange. There are prerequisites for the development of the economies of the countries of the region – rich natural resources, educated labor force, cultural diversity and strategic location, in particular, proximity to China. However, there are also problems that pose risks to human development in Central Asia, such as the lack of direct access to seaports, the great distance from many global economic and financial centers, political instability in some of these countries, etc. The relation between these drivers and development risks is constantly changing. Understanding this dynamic requires constant monitoring of the situation and a thorough, fact-based analysis of the main drivers of development in the region. The problems arising in the space are exacerbated by the emergence of alternative integration projects in relation to the regions of Commonwealth of Independent States, in particular, Central Asia, by external actors. The core ones here are the projects of the American geopolitical presence in the Central Asian region, as well as the project of Chinese economic expansion within the framework of the informal model of interregional cooperation of the SCO and the Turkish initiative for the integration of the Turkic world.

Key words: integration, innovative development, regional development, foreign trade potential, competitiveness of the economy, commodity exchange, economic cooperation.

The transformation of the unipolar model of the world into a multipolar one has become a defining modern trend. New formats of interstate interaction, unusual from the standpoint of yesterday, with unusual geographical, civilizational and functional parameters, are being formed.

One of the main trends in the development of the modern world is international integration. At the same time, various forms of integration of countries can be sustainable if they rely on both economic and powerful civilizational factors.

The processes of regional integration in the post-Soviet space are carried out within the framework of the most acceptable for all countries of the region model of multi-level, phased, multi-speed integration. The stages are clearly seen in the process of transition from free trade zones to the customs and economic Union.

In the modern political sense, Central Asia is Kyrgyzstan, Uzbekistan, Turkmenistan, Tajikistan and Kazakhstan. To some extent, the socio-economic situation, mentality and cultural background in these countries can be called similar.

The Central Asian region has a modest share of the world economy – about 0.3%. With the share of the population in the world population of about 1%, the economy in terms of GDP lags behind by about 3 times. According to experts, the Central Asian countries face two main challenges: the lack of integration mechanisms and the outflow of professionals who could help the development of countries. Without integration or cooperation the region will remain on the periphery of the world [1].

It is well known, Kazakhstan is the driving force of economic reforms in the Central Asian region. The Central Asian region, which has its own history and specifics of development, is becoming one

of the most important factors ensuring regional security. Priority is given to three areas – countering new challenges and threats, economic cooperation and cooperation in the field of human development.

The global economy is formed by strengthening the international relationship of sovereign economies and the formation of new subjects of global governance, at the same time creating prerequisites for exclusion from the processes of global integration of states that have not had time for various reasons to participate in them. Formation of foreign trade relations of Kazakhstan was carried out taking into account the basic laws of development of international relations in the conditions of globalization.

The international presentation of alternative integration projects for the Central Asian region has become possible due to a number of reasons, due to the lack of at the present stage:

- ◆ prerequisites for the formation of a regional economic system on the part of the Central Asian countries, in particular the institutional Association of the countries of the region;
- ◆ the concept of development of the Central Asian region as a single socio-economic system in the CIS format;
- ◆ strategies of Eurasian integration in the conditions of functioning of the EAEU;
- ◆ coordination of multidirectional strategic interests within the framework of common regional and interregional projects.

The basis for the integration of the Central Asian countries with the Eurasian economic Union should be a strong mutually beneficial economic development strategy. The Central Asian countries combine characteristics related to the transitivity of the socio-economic basis, geographical location (landlocked), as well as partly with the monoculture of the export structure, reflecting their past economic system.

Geographical location forces all Central Asian countries to find access to the sea (seaports), directing the vector of trade and investment relations to the North and/or South. The resolution of this issue often leads to a certain imbalance in mutual political relations, in particular with strategic partners. Therefore, the structure of attracting investments into the economies of Central Asian countries does not show stability in strategic partnership with investor countries. Russia and China dominate in the structure of foreign trade and the volume of attracted foreign investments in the economies of Central Asian countries. Investment capital also comes from Western countries such as the UK and the US. Investments from Iran are present in the economies of Turkmenistan and Tajikistan, while investment resources from Turkey are involved in Kyrgyzstan and Turkmenistan. It should be noted that most of the foreign investment in the economies of Central Asia is directed to the field of energy and natural resources (hydrocarbon production in Kazakhstan, Uzbekistan and Turkmenistan, the use of hydropower resources in Tajikistan and Kyrgyzstan), which affects the structure of exports of these states, and the intertwining interests of the investor countries.

Kazakhstan is the leader among the Central Asian countries in the World Bank's ranking of economies for 2017 – it took 55th place in the overall list.

For the year, the country's GDP in dollar terms at current prices amounted to more than \$ 159 billion. Uzbekistan ranked 85th (\$48.7 billion), and Turkmenistan – 88th position (\$42.3 billion) in the ranking. Kyrgyzstan – 145 (\$7.5 billion), Tajikistan – 147 (\$7.1 billion).

There are 200 countries in the ranking. The first line is occupied by the United States (\$ 19.4 trillion), in second place – China (\$ 12 trillion), closes the top three Japan with \$ 4.9 trillion. In fourth and fifth places are Germany and the United Kingdom. Russia ranked 11th place (\$1.6 trillion) – between South Korea and Canada [2].

Integration is inefficient without the creation of a joint production infrastructure and a corresponding extensive communication network. Here the strategic value of the Central Asian region as an important hub of transport communications is great. This region can and is becoming a link between North and South, West and East, while increasing its transport and communication potential and access to seaports. It should be noted that in this case, a significant role is played by large communication and energy projects of regional and continental importance, which are aimed at sustainable development of the region.

In addition to major energy projects, the Central Asian countries serve as a transit territory for increasing trade relations between various states, including the transit of Russian goods to South Asia and the Middle East in the future. There are major transport projects aimed at improving both road and rail transport.

Approximately the same scheme is provided for the system of power lines (transmission lines), which corresponds to the principle of sustainable development of the region and the creation of a balance of clean energy on a regional scale. Improvement of communications and energy balance in the region serve as the basis for the development of production, which contributes to employment and income of the population of the partner countries and adjacent territories.

The active development of economic and trade cooperation between the Central Asian countries and China should be emphasized. As already noted, along with Russia, China is the largest trading partner of all countries in the region. Moreover, since 2012, China has become the largest trading partner of Kazakhstan and Turkmenistan, ahead of Russia. This trend will only increase, taking into account the contracts concluded in 2013–2014 to expand the supply of energy resources and the participation of Chinese companies in the development of hydrocarbon fields. If we consider the foreign trade turnover of Tajikistan, the statistics show that in 2012 and 2013, China occupied a stable 3rd place (6th place in exports and 3rd place in imports), and Russia and Kazakhstan were on the 1st and 2nd place, respectively.

The development of the natural and energy potential of Central Asia is beneficial for the most advanced developing countries neighboring the countries of the region. As for the expansion of relations with the Eurasian economic Union, systems of trade and industrial clusters should be created for this purpose in order to mutually replenish the market with necessary goods and services. Integration in this direction can give impetus to the development and industrialization of the countries of the region, which, in turn, will allow obtaining a great synergistic effect.

In the context of globalization, many states are interested in cooperation with the Central Asian countries, but the political motive for their accession to a particular Union remains in the past. We need a strong mutually beneficial development strategy that includes the interests of all countries and aims at sustainable development through trade opportunities and trade capacity-building.

Promotion of one-sided interest of any state in the integration Union of the Eurasian economic Union has no future and can lead to uneven development of the region as a whole. All countries should have access to each other's markets to a certain threshold, respecting the principle of strategic, investment and trade partnership, as well as market competition. In other words, this strategy should not be based on obtaining unilateral benefits.

The following steps may be required to realize the economic potential of cooperation between the Central Asian countries and the Eurasian economic Union:

- ♦ identification of specific priority sectors of the economy of individual countries in order to effectively allocate resources and saturate the market with goods;
- ♦ building a strong and sustainable infrastructure to provide industry with hydrocarbons, which enhances resilience to fluctuations in the global energy system and promotes inclusive development;
- ♦ the establishment of a strong transport communication system, especially for those countries that are landlocked or have difficult access to third-country markets;
- ♦ implementation of rational, compatible and coordinated commodity policy at the integration level, which contributes to the optimization of subsoil use, land and environmental protection;
- ♦ enhancing cooperation in the agricultural sector to optimize production, Finance and conserve soils effectively and taking into account the capabilities of countries and increasing organic agriculture;
- ♦ reduction of costs associated with the geographical features of foreign trade operations, and the creation of a joint system of retail trade on the basis of long-term contracts on a regional scale.

In General, the countries of the region that are members of the EAEU and not members of it should seek to find ways and means to ensure better functioning and greater transparency of markets for goods and services, greater diversification of mutual trade, which will form a common economic interest. At the same time, it is necessary to take into account the economic structure of the trading partner. It is important to ensure the stability and predictability of the regional trading system, the efficient and rational use of trust funds and the full development of investment cooperation.

For the world economy, the region of Central Asia is interesting, first of all, as a source of raw materials. Oil, gas, coal and metals are currently the most popular exported goods, in turn, the products of the agricultural sector also provides dynamic growth.

According to the research company BRIF Research Group, the total volume of oil reserves in Central Asia reaches 15–31 billion barrels, and the total volume of natural gas reserves is 230–360

trillion cubic meters, accounting for 7.2% of the world's oil resources and 7% of gas resources. The region ranks 10th in the world in coal production, in electricity generation – 19th. It accounts for large reserves of ferrous, non-ferrous and rare metals, in total gold production (Uzbekistan – 90 tons, Kyrgyzstan – 24, Kazakhstan – 18.9) ranks 9th.

The Central Asian countries have powerful mining, fuel and energy, metallurgical and chemical industries, concentrated mainly in Kazakhstan, Uzbekistan and Turkmenistan.

In terms of oil production, the 1st place is taken by Kazakhstan (80 million tons); the 2nd – Turkmenistan (6 million tons) and the 3rd – Uzbekistan (5 million tons). Turkmenistan is rich in natural gas deposits, which occupies the 2nd place in the CIS after Russia in terms of reserves. Coal deposits are available in all republics except Turkmenistan.

The electric power industry in Central Asia is relatively well developed. Kazakhstan produces up to 90 billion kW/h; Uzbekistan 52–54 billion kW/h.

Metallurgy is unevenly developed. Kazakhstan is allocated, smelting up to 2.0 million tons of steel per year, and Uzbekistan (0.6 million tons). Polymetallic products are diverse: lead, zinc, copper, chrome (Kazakhstan); lead, zinc, copper, gold, silver, etc. (Uzbekistan). The chemical industry is focused on the production of mineral fertilizers. The exception is Kyrgyzstan, where the chemical industry has not been developed. Mechanical engineering is developing rapidly. It is concentrated in Kazakhstan and Uzbekistan, where cars, trucks and buses are produced. Light and food industry is more or less developed everywhere.

Agriculture plays a significant role in the economy of Central Asia. The leading place belongs to agriculture. The main areas of irrigated land are in Uzbekistan, Turkmenistan and Tajikistan, which specialize in the production of industrial crops and mainly cotton. In turn, Kazakhstan and Kyrgyzstan specialize in the production of grain crops. Grain growing is also developed in Uzbekistan.

According to the research company BRIF Research Group the last 3 years, the leader of the region of Kazakhstan's GDP in USA dollars is falling. This is due to the fall of the national currency and problems in the economy of the Republic. The second largest economy – Uzbekistan – on the contrary, is growing steadily. Kazakhstan has the lowest GDP growth rate, due to the country's large volumes, while small economies can more easily achieve high growth due to the "low base".

The leader in terms of foreign trade is Kazakhstan. Although in 2014–2016 there was a decline in this indicator due to the fall of the national currency against the dollar and falling prices for the main export commodity of Kazakhstan – oil.

In second place in terms of foreign trade are quite industrialized Uzbekistan and Turkmenistan. At the same time, this indicator is the most stable in Uzbekistan (about \$ 25 billion). USA.) The countries with the least developed industries and economies in the region, Kyrgyzstan and Tajikistan, have the lowest volumes of foreign trade.

Along with the positive trends in the development of integration cooperation in the region there is a set of unresolved problems: the lack of a mechanism for implementing the decisions taken, in the countries of Central Asia on many issues there is a discrepancy in the positions of the participating states; the level of implementation of the adopted decisions remains low, and the documents themselves are of a General, Advisory nature; lack of a unified transport and communication system in the region; raw materials orientation of the economies of the Central Asian countries, a breakthrough towards the modernization of the economies is needed; environmental instability, seismicity, mudflow risk in the region the countries; threats of terrorism, extremism, transnational organized crime, other challenges of our time [3].

The basis for the formation of the maximum possible conflict-free complex of interests of the integrating countries can serve as a common historical heritage, ethno-cultural, confessional, linguistic community of peoples. It is civilizational proximity that provides the foundation and stability of such an association.

The aggravation of crisis phenomena in almost all the most important spheres of social life requires an appeal to the fundamental characteristics and mechanisms of development, the analysis of which will help to find the causes and ways to overcome the problems.

It is necessary to recognize that the functional value of universal, obeying the General laws of social structures is to provide a higher degree of stability than that of heterogeneous entities. However, the downside of universalization is the destruction of national cultural identity, making it difficult to

find answers to new, non-traditional challenges. The evolution of both human civilization and nature shows that diversity was the main direction and guarantee of progressive movement.

Civilization, relying on socio-cultural traditions and historical experience, helps to use the deep mechanisms of development, to preserve integrity in the conditions of transformation, not allowing changes to have a corrupting influence. The Central Asian region can be attributed to the Turkic-Islamic civilization with an admixture of Persian-Tajik.

It should also be noted that in the scientific literature the concept of “Turkic civilization” appeared relatively recently. There are discussions among researchers about the legitimacy of understanding the Turkic world as an independent civilization.

Kazakh philosopher S.Sh. Ayazbekova considered the civilization parameters in relation to the Turkic world, based on the accepted theory of civilization. The analysis of the latter from the point of view of such signs of civilization as the unity of the territory and common living conditions, statehood, linguistic kinship, the presence of religion and writing, the developed system of economic relations, the unity or closeness of the economic and political system, culture and mentality, allowed her to conclude that the Turkic world has created its own unique civilization, radically different from other civilizations [4].

Due to its long-term and fundamental nature, civilizational unity can be considered as an object of integration of the Turkic community. So, Yu.G. Barsegov draws attention to the fact that the doctrine of Turkism is long-term and should be implemented gradually, moving towards closer forms of Turkic political Union, although, according to the author, given the nationalism of the Turkic peoples of the CIS, the Turks do not aim to unite them in one state, relying rather on the creation of a Union of Turkic States.

Charles W. Hostler defines “Turkism” as “a movement, striving for political and cultural unity of all Turkic-speaking peoples [5, p. 63]. A similar definition of “Turkism” is given by Jacob Landau, considering it as “a movement aimed at creating an association, a union – on the cultural, psychological (or both) bases-of the peoples of Turkic origin [6, p. 51].

These characteristics emphasize the paramount importance of the factor of cultural, psychological and communicative proximity of the Turkic peoples. Based on this, the main goal of Turkism in the XXI century can be attributed to the creation of a single cultural and information space, covering the entire Turkic world, which is, deepening the civilizational community of the Turkic peoples.

Will the Central Asian peoples be able to use the potential of integration on the basis of civilizational community? After all, until now, the existing opportunities for comprehensive integration between the Central Asian republics are not being realized.

The fact is that now, from whatever positions we take, the once unified region-the republics of Central Asia and Kazakhstan within the USSR-has become disunited. Despite the fact that the objective economic, political, ethno-cultural and other needs of the peoples of the region urgently require close cooperation, integration of the Central Asian countries and their coordinated foreign policy as a whole, the action of disintegrating, centrifugal forces still prevails. Inter-state relations within the region were complicated due to border disputes, inter-ethnic conflicts, economic disagreements related to water distribution, energy transportation and other issues. There is no denying the competition for political influence in the region.

However, in today’s realities of fierce competition of economic zones of civilizations, only large communities survive and can be successful. According to political scientist E. Baydarov, there is simply no alternative to the integration of the Turkic-speaking states of Central Asia (including here the Iranian-speaking Tajikistan). At the same time, the stability of civilization implies the presence of a certain cultural area, characterized not only by spatial boundaries, often quite blurred, but also by a set of characteristic cultural phenomena, material and spiritual values that determine the specificity and essence of this civilization: language, religion, art, traditions, customs, etc. Stability is manifested and transmitted not only through objective forms, but also by deep psychological mechanisms associated with certain behavioral and mental stereotypes, spiritual identification, collective representations of society [7].

Not all Central Asian experts share this view. Thus, the Uzbek independent analyst R. Mahmudov believes that the Turkic and Islamic supra-identities cannot be taken as the semantic basis of regional integration. Supra-identity as the core of the ideology of regional integration will still have to be

thoroughly constructed, looking for an answer to the key question of what exactly is the uniqueness of the Central Asian identity [8].

Nevertheless, the civilizational and cultural community of the Central Asian peoples can serve as a unifying beginning of integration. Kinship, as noted above, is due to the common origin and conditions of historical development. Moreover, the Turkic peoples of Central Asia are connected by a common territory of formation, genealogy, a single process of addition, consolidation, development of political entities, states. The commonality of historical destinies, close historical and cultural interaction played a decisive role in creating a distinctive and generally similar culture for all Turkic-speaking ethnic groups.

Assessing the prospects for Central Asian integration, we can note a positive trend towards rapprochement on the part of Uzbekistan, where, by the decision of President Shavkat Mirziyoyev, the possibility of joining the Eurasian economic Union is being worked out. If the accession of Uzbekistan and later Tajikistan to the EAEU takes place, the emergence of the Central Asian bloc in the EAEU will contribute to strengthening the positions and interests of the participating countries from Central Asia.

LIST OF LITERATURE

- 1 Why there is no strong Central Asia yet: // <https://kursiv.kz/news/geopolitika/2019-03/pochemu-silnoy-centralnoy-azii-poka-ne-suschestvuet> (reference date: 05.10.2019).
- 2 Kazakhstan is the leader in the ranking of economies among the Central Asian countries: // <https://eadaily.com/ru/news/2018/07/13/v-reytinge-ekonomik-sredi-stran-centralnoy-azii-lidiruet-kazahstan> (reference date: 05.10.2019).
- 3 Arupov A.A., Abaidullayeva M.M. Integration Policy of the Eurasian Economic Union: monograph. – Almaty: Publishing House “MIR”, 2017. – 160 p.
- 4 Ayazbekova S.Sh. “Turkic civilization” in the system of civilizational classifiers // Almanac “VIA EVRASIA”. – 2012. – № 1: // <http://www.viaevrasia.com/ru> (reference date: 08.10.2019).
- 5 Hostler Ch.W. Türken und SowjetS. Die historische Lage und die politische Bedeutung der Türkvolker in der heutigen Welt / Ch.W. Hostler – Frankfurt / Main; Berlin, 1960.
- 6 Landau J. Pan-Turkism in Turkey. A Study of Irredentism / J. Landau – London, 1981.
- 7 Baidarov E.U. Central Asian integration in the context of a single cultural and civilizational space: // <https://carnegieendowment.org/2013/09/09/ru-pub-52896> (reference date: 07.10.2019).
- 8 Makhmudov R. Assessment of prospects of regional integration in Central Asia // Central Asia analytical network: // <https://caa-network.org/archives/12111> (reference date: 05.10.2019).

Аңдатпа

Мақалада посткеңестік экономикалық кеңістікте Еуразиялық интеграциялық байланыстарды жеделдету және тереңдету жағдайында Орталық Азия өңірі елдерінің экономикалық ынтымақтастығы мәселелері қарастырылады, бұл сыртқы сауда қатынастарының серпінін, тауар алмасу құрылымын кеңейтуді қамтамасыз етеді. Аймақ елдерінің экономикасын дамыту үшін алғышарттар бар: бай табиғи ресурстар, қалыптасқан жұмыс күші, мәдени әртүрлілік және стратегиялық орналасуы, атап айтқанда, Қытайға жақындығы. Алайда, Орталық Азияда адам дамуы үшін қауіп тудыратын проблемалар да бар, мысалы, елдердің теңіз порттарына тікелей шығуының болмауы, көптеген жаһандық экономикалық және қаржы орталықтарынан алшақтығы, осы елдердің кейбіріндегі саяси тұрақсыздығы және т.б. осы көптеген қозғаушы күштер мен даму тәуекелдерінің арасындағы арақатынас барлық уақытта өзгеріп келеді. Бұл динамиканы түсіну жағдайды үнемі бақылап отыруды және аймақтың негізгі даму факторларын нақты талдауды қажет етеді. Кеңістікте пайда болатын проблемалар ТМД өңірлеріне, атап айтқанда Орталық Азия аймақтарына қатысты сыртқы акторлар тарапынан интеграцияның баламалы жобаларының пайда болуына байланысты шиеленісуде. Әңгіме, ең алдымен, Орталық Азия аймағында американдық геосаяси қатысу жобалары, сондай-ақ ШЫҰ өңіраралық ынтымақтастығының бейресми моделі және түркі әлемінің ықпалдастығы түрік бастамасының шеңберінде Қытай экономикалық экспансия жобасы туралы болып отыр.

Тірек сөздер: интеграция, инновациялық даму, аймақтық даму, сыртқы сауда әлеуеті, тауар алмасу, экономикалық ынтымақтастық.

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы экономического сотрудничества стран Центральноазиатского региона в условиях ускорения и углубления евразийских интеграционных связей на постсоветском экономическом пространстве, что обеспечит динамику внешнеторговых отношений, расширение структуры товарного обмена. Для развития экономики стран региона существуют предпосылки – богатые природные ресурсы, образованная рабочая сила, культурное разнообразие и стратегическое расположение, в частности, близость к Китаю. Однако существуют и проблемы, создающие риски для человеческого развития в Центральной Азии, например, отсутствие у стран прямого выхода к морским портам, большая удаленность от многих глобальных экономических и финансовых центров, политическая нестабильность в некоторых из этих стран и др. Соотношение между этими многочисленными движущими силами и рисками развития все время меняется. Для понимания этой динамики требуется постоянный мониторинг ситуации и тщательный, базирующийся на фактах анализ основных факторов развития в регионе. Возникающие на пространстве проблемы обостряются в связи с появлением альтернативных проектов интеграции в отношении регионов СНГ, в частности, Центральной Азии со стороны внешних акторов. Речь идет прежде всего о проектах американского геополитического присутствия в регионе Центральной Азии, а также проекте китайской экономической экспансии в рамках неформальной модели межрегионального сотрудничества ШОС и турецкой инициативы интеграции тюркского мира.

Ключевые слова: интеграция, инновационное развитие, региональное развитие, внешнеторговый потенциал, конкурентоспособность экономики, товарный обмен, экономическое сотрудничество.

IRSTI 06.51.25
UDC 330

I.V. ONYUSHEVA,¹
PhD, associate professor,
professor of RAM, RANH.
Turan University¹

THE ISSUE OF STRENGTHENING ANTI-GLOBALIST MOVEMENT WITHIN THE CURRENT WORLD ECONOMY

Abstract

This article is devoted to modern issues of strengthening anti-globalist movement within the globalization processes of the world economic space. There are many approaches to explaining the causes of emerging the anti-globalist movement. It was created to combat the effects and consequences of globalization. Others are associated with other social or political movements – pacifist, environmental, solidarity with ‘Third World’ countries or peoples, left radical, anarchist, communist, etc. Some activists reject the undemocratic and unfair mechanisms of the processes of globalization, and others – capitalism and freedom of trade and etc. However, they all agree on the neoliberal version of capitalism and international economic and financial institutions that are considered to be its bearers such as the World Bank, the International Monetary Fund, the World Trade Organization, and etc. The globalization of business always has both positive and negative sides in the context of international influence and impact. Many economists-researchers consider and compare the modern process of globalization with the once-historical process of colonization, finding similar features in both processes. Most antiglobalists consider that the ‘discovery’ of markets and the freedom of movement of capital are not accompanied by the same openness of borders and freedom of movement of people. In this regard, they are fighting against restrictions on immigration and the reception of refugees.

Key words globalization, anti-globalist movement, autonomy, international business, world economy.

Globalization and the anti-globalist movement have become interesting since the end of the twentieth century. What globalization means and why it is so important, and in which situation an anti-globalist movement could happen. What is the purpose and outcome of globalization in the modern world? When the anti-globalist start moving and what they need to oppose globalization and if this will create the problem or actually will be an advantage in some viewpoint. To figure it out, it is important to clearly understand the meaning, definition, root cause, purpose and the way they work upon each other.

‘Global’ is the derivation from ‘globe’ which mean worldwide of this earth, the globalization is noun which mean being worldwide but what is the content to be worldwide. Worldwide in term of macroeconomic, politic, technology and organization are grouped [1].

‘Macroeconomic’ means the thing that accelerates economies in macro forms, such as the technology transferring from one to another place that can expedite economic emerging. Privatization, deregulation, and trade liberalization are a form of politic globalization. The technology globalization is about technology development that promotes international business transaction growth.

Anti-globalist movement. Anti is opposing, and then this means opposing globalization and call the person who opposes as anti-globalist. And what is the movement start, when, where and why? The idea of the anti-globalist starting from the group of people who oppose globalization as they believe that Corporates use the international agreements and global institution and organization as a tool to destroy local decision-making for their own interest and exercise privileges that individuals and small businesses cannot.

Studying anti-globalization movement in the history, it shows much evidence in many countries. Such as flashpoint model to two anti-globalization protests in Canada to explain why a demonstration had turned violent. The comparative study of two cases of anti-globalization in Canada: one being post-Seattle, but pre-Genoa while another being post-Genoa [1].

The Seattle, Washington anti-globalization was happened in the fall of 1999, by a vast number of social movement organizations, the Seattle protest against World Trade Organization (WTO) process of economic policy formulation. Because they perceive that this economic policy formulation destroys the principles of democratic decision making. There are a various group of people join in the protesting such as labor organizations, environmentalists, pagan groups, Christians, socialist and communist class-based group, feminist and anarchists. By this protesting, the incident of violent

attack happened to attack the business target they think to be enemy, the nonviolent marchers were disrupted. The violent attack was generated by a group proclaim as “Black Anarchists”. The anti-globalization campaign initiated a series of physical confrontations with police. Anti-globalization is not new and continuous. The protesting group was called “SMO”, Social Movement Organizations. There is cooperation among similar SMOs and get stronger on promoting the common program for change. They share information, human, intelligence exchange, material resource in their network.

The anti-globalization movement was created specifically to combat the effects and consequences of globalization. Others are associated with other social or political movements – pacifist, environmental, solidarity with Third World countries or peoples, left radical, anarchist, communist, etc. Some activists reject the undemocratic and unfair mechanisms of the processes of globalization, others – capitalism and freedom of trade and etc. However, they all agree on the neoliberal version of capitalism and international economic and financial institutions that are considered to be its bearers such as the World Bank, the International Monetary Fund, the World Trade Organization and etc [2].

Consequences of anti-globalization relevant to international business management. ‘Change’ is the word that can make people feel anxiety and worrying about what globalization shall bring to their society and have an impact to their standard of living. When change is disruptive and opens up windows into the unknown situation. The severity and scope of change bought by globalization which no one knows what will consequently happen in the future. Some are afraid of losing their job to other countries, such as American job to India and China. Some are afraid of being socioeconomic colonized such as India and China who are wary of becoming colonies of an ever-expanding American socioeconomic empire. During the 1980s and ‘90s, business is seeking labor source. American workers lost in the game of wage arbitrage. But this lowest labor cost is yesterday’s model. The present model is digital and advanced manufacturing technologies that create more productive. “We need to go where the growth is. This is what globalization means today”. Immelt is the chairman and CEO of GE [3].

Globalization is the international integration and international development. For business purpose of seeking profit, globalization, definitely might create a loss of the job from one place to another as the competition is not limited to country, region, but worldwide. The freer flow of business trade without trade barrier or tariff will generate cross-border business transaction more convenient than ever. The anti-globalization then just afraid of the outcome and protect the weaker or prevent rich powerful people to dominate the market and enhance their power for their own benefit. It is easy to understand and make sense of such an idea to protest. Contrarily, the protesting of change and avoid competition may also mean you keep the weak stay weaker without improving and find development solution for themselves. Change is a normal situation that everyone’s life must continuously confront.

The group of people to protest and anti-globalization doesn’t mean only one group of people which anti-economic change, but also environmental change, political change and sovereignty of individual country from business invade. Definitely, it is quite common that a country intends to dominate another country’s market by a business transaction under globalization era by using the business tool and that there will be a loser and winner in the business game.

Business suggests the idea that every entrepreneur prefers to have every year growth in revenue, profit, therefore businessmen are seeking every strategy to take advantage step over their competitors and enhance their business power with all kind of business enhancement strategies. Businessmen can easily get rid of a rival by owning a rival business as business took over, or marry another business by the joint venture, etc. Once business integration spread wider, a protesting group which is located in the various area have stirred up their power to against globalization too but the form of protesting become more creative such as the G20 kicks off, creative protest action – Hamburg’s current ‘wave of protest’ has environmental topics at its core. This carries forward a long tradition in the anti-globalization movement [4].

The systemic challenges have intensified over the past year amid proliferating signs of “Uncertainty, Instability, and Fragility”. Main four key area was marked in the report which are globe environmental degradation, cybersecurity breaches, economic strains and geopolitical tensions despite an improved economic backdrop.

Related to every change, it creates tension between people. Competitiveness increased, production and its process that have the effect to environment increase. Economic growth leads people to adapt to enormous change that leads the impact to the geopolitical tension of nation. Even the economic growth

is what everyone talks about but at the same time, everyone is struggling to survive and happiness is reduced. The tension in the various field show up every place around the world. More accelerate the pace of change, more risk of strain growing placed on many global systems. What are the most problematic factors anti-globalist are arguing and protesting for? Related to business competitiveness in the global stage, the anti-modern business world of anti-globalist concern wellbeing of the human race in their nation and as a whole, life standard that environment is destroyed, human right inequality, monopoly, nation sovereignty, business colonization, loss from change.

From studying some group of anti-globalist own good intention of justice and moral human conscious against globalization for the negative impact that globalization will create to a human being in the world. It is very clear that the benefit organization from globalization always prefer the advantage of globalization. But as the negative impact that creates on the world in the widest range, especially environment and human tension, stress. These problems lead to many negative outcomes such as the sample of global warming, the suicide of business failure, flooded with garbage and waste, air pollution from industry, etc. But some group may take action as a terrorist and take advantage by protesting and create violence.

The research aims also to have a clear viewpoint of Protestant and find the solution in systemic compromising that benefit world human being and their well-being standard without country sovereignty sanction by interest party in the modern world. The compromising shall minimize dispute, conflict and can enhance everyone benefit for concrete globe development without business war and providing respect business manner to country sovereignty. To consider what the modern world means and aim to achieve. And to figure out the anti-globalist really resist modern world aim of developing. Causes and consequences analysis applied to the study, the cause of the anti-modern business world and its consequence to resist business development.

Actually, in the protesting form of environmental change and climate change are not disadvantage for globalization and the modern world. Contrarily they are beneficial for the modern world of business and international management because to manage the business especially internationally, the entrepreneur should consider environmental of the globe, wellbeing of human as much as their wealth from business conduct. The business should not run in the condition of world environmental, geopolitical and economic destructive and disruptive. But the modern world should aim not only economic development in the physical theme of GDP improvement or globalization world trade that is the significant cause of strain to economic, geo-political and human mind.

Considering economic development should mean human well-being development in term of healthy life, acquiring knowledge and achieving a decent standard of living in long term. These doesn't mean the product or service from trade liberalization that can be the cause of deficit balance to the business weaker of various nations. But mean the comprehensive development of human as well as economic in term of filling what is short and lacking in the scarcity place. If the globalization aim is not to take advantage but to protect and support the weaker by helping them up and not to compete for each other but to strengthen each other to be more creative, innovative and join hand in reduction any activities or process that can harm the environment and human well-being. The anti-globalist will have room for compromise as the same objective in sustain our world is achieved rather than nation's wealth with numeric economic growth such as GDP, the ratio of the consumable product but the index of human development, well-being and their happiness should be the utmost goal of every nation.

Considering human well-being and the increase of globalization, there are many research mention about diverse processes and the greater mobility of capital, goods, and services. Also, there are many increasing of ideas and technology including norms. Multi-faceted nature of globalization has both positive and negative effect to economic, social, political globe and their integration. The multiple positive and negative impact of globalization is fascinating to capitalism but detestable for anti-globalist.

Trade is explicitly mean exchanging something for something that investors, trader make the business for a decade. This is to satisfy customer need which classified into many categorize. Accordance with the need theory of Maslow's hierarchy, needs are separated into 5 satisfaction characters which are physiological, safety, love/belonging, esteem, and self-actualization. So the modern means the current situation of new era form which in the 21st century the word "globalization" has been applied.

Foundation needs for every nation: the physiological and safety need “the important product to survive” such as clean air, hygiene food, and water, the shelter or the safe house without crime, family health, medical care, employment. These are the base need for a human being or we can also mean the foundation of human well-being which could be seen from poverty index and human well-being index from World Economic Forum and World Health Organization (WHO), World Health Statistics 2017: Monitoring health for the SDGs [5].

WHO marked SGD3 is to ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages. This is interesting when WHO mention human well-being for all (worldwide) and at all ages. Because limitation of time, the study can't find human well-being risk from trade liberalization (of globalization). But still is in interesting that the suicide from business failure and/or mentality problem caused by business train might be increasing under globalization era as the negative impact. The disease is visible for the doctor to heal but a mentality problem is more complex to figure out.

The problem of change and loss in one's life might not so interesting as it has not provided any benefit in term of modern trade of globalization. In another side of socio-culture and national autonomy, it is quite serious that human well-being is transformed and transferred.

Globalization for trade liberalization, normally it enhances the free flow of product and definitely, the product means not only the luxury goods but the product that serve physiological and safety needs also. So if anti-globalist will mark only negative facet of globalization, this is not totally right. Free flow of trade liberalization is an advantage for national economic development and at the same time providing chance and opportunity to skilled labor who might not have much chance locally. Observing the immigration of important skilled labor such as a doctor, nurse, lawyer, etc. from one country to another especially developing country to developed country can be a reference for the trade liberalization advantage. That is because they are seeking the best to serve their overall needs where their local country cannot provide. Observing the benefit of underdeveloped, developing and developed countries benefit from modern trade liberalization, it is difficult to conclude the positive impact is more or less than a negative impact. Because the individual country has their own structure and need. Especially the human well-being and their need in different countries might own different character same as people individual need but in wider, deeper scope and much more complex.

The fairly basis of the world is difficult to be marked. The stronger and the weaker are always exist. The globalization is not the victim tool. A human creates this idea to serve need worldwide but unfortunately, inequality of this world can't be totally eliminated. Furthermore, the productivity in term of input and output of individual nation core competency is much varied. Therefore, the competition under the globalization of modern trade then generates the gap between underdeveloped, developing and developed countries.

Studying literature, research, journal and business review, it explicitly shows the violence and obstacle of anti-globalist to globalization in the modern world. The index of anti-globalist can't be found as limited time and resource. The conclusion declares that there is an opportunity to have communion, participating and sharing a creative idea to derive innovative globalization for the modern world. The innovative of modern world might not mean “wealth” from globalization but “health” instead. Health of human, health of the environment, the health of society and the health of the nation. Wealth should come after health. Once human knowledge, mind, and creativity start to innovate new world era. Human has less selfish and thinks about the public as a whole rather than themselves. The creative innovation will bring a happy life to everyone and every nation.

Studying about the strengthening of anti-globalization, it is necessary to make a further study about what should investor especially multinational companies prepare and be ready for? When Trump won, investors are worrying about anti-globalization which the billionaire politician utilize. Even Ranil Wickremesinghe, Sri Lanka Prime Minister had warned in March 2016 that ‘opposition to free trade is mounting and the window for generating growth by tapping into world markets appears to be closing quickly’ [6].

While multinational companies use globalization and trade liberalization as a tool for their economic growth and even the growth create and increase the employment rate to the preferred nation. But the negative impact on other zones, nations in contrarily could create and increase unemployment and difficulties at the same time. It is thoughtfully about two potential scenarios of the trade war

outbreak and deglobalization. What will happen when deglobalization starts? How should the supply chain of multinational companies be adjusted? What will be obstacle investors should be attentive? What should business strategies be applied?

Look like both deglobalization and trade war are not a good solution for worldwide human well-being. The trade game is not the solution, productivity to achieve the cheapest and make trade war are not the right direction. What should be the right direction of reality business trade?

To conclude, globalization in this era is still in debate for its positive and negative impact. The study of explicit strain in term of economic, political and environment derive from the economic development and growth of modern trade. The outcome is shown, the anti-globalist idea gets stronger and strengthen their opinion with the result.

The anti-globalist doesn't only mark in one or two countries but worldwide which also in many high positions of the country such as Prime Minister of USA and Sri Lanka. The conclusion declares that there is an opportunity to have communion, participating and sharing a creative idea to derive innovative globalization for the modern world. The innovative of modern world might not mean 'wealth' from globalization but 'health' instead. Health of human, health of the environment, the health of society and health of the nation. Wealth should come after health. Once human knowledge, mind and creativity start to innovate new world era. Human has less selfish and think about the public as a whole rather than themselves. The creative innovation will bring happy well-being life to everyone and every nation. The trade is only serving the needs of a human being. To provide freedom on trade can enhance human well-being to under developing countries but at the same time of the provider, sometime they need something in returning such as reputation rather than monetary wealth.

LIST OF LITERATURE

- 1 Brooks D.C. (2014). The Impact of Inclusivity on the Anti-Globalization Movement. *Social Science Quarterly*, 85(3). The Southwestern Social Science Association. P. 35–58.
- 1 Fernanez L.A. (2012). *Policing Dissent. Social Control and the Anti-Globalization Movement*. Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey and London, 2012.
- 3 Jenkins J.C. (1983). Resource Mobilization Theory and the Study of Social Movements. *Annual Review of Sociology*, 9. P. 527–553.
- 4 Hitt M.A. et al. (2017). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*, SouthWestern Publishing House. P. 258–287.
- 5 Prados-de-la-Escosura L. (2015). A history of well-being. [Electronic Source]. *World Economic Forum*. Retrieved from: <https://www.weforum.org/> (Accessed: August 3, 2019).
- 6 Mukherjee N. et al. (2016). Globalization and human well-being. *International Political Science Review*. 33(2). P. 150–170.

Аңдатпа

Бұл мақала әлемдік экономикалық кеңістіктің жаһандану процестерінің шеңберінде қазіргі заманғы жаһандануға қарсы қозғалыстың күшею мәселелеріне арналған. Жаһандануға қарсы қозғалыстың құрылуының себептерін түсіндірудің көптеген тәсілдері бар. Олардың арасында: жаһанданудың әсерлері мен салдарларына қарсы күрес, басқа да әлеуметтік немесе саяси – пацифистік, экологиялық, «үшінші әлем» елдерімен немесе халықтарымен ниеттес, солшыл радикалдык, анархистік, коммунистік және т.б. қозғалыстармен өзара іс-қимыл. Кейбір белсенділер жаһандану процестерінің демократиялық емес және әділетсіз тетіктерін, екінші біреулері – капитализм мен еркін сауда тағы сол сияқтыларды қабылдамайды. Алайда, олардың барлық капитализмнің және Дүниежүзілік банк, Халықаралық Валюта қоры, Дүниежүзілік сауда ұйымы және т.б. сияқты халықаралық экономикалық және қаржы институттарының либералдық нұсқасын сынға алады. Халықаралық әсер ету және ықпал ету контексінде бизнес жаһандануының әрқашан оң және теріс жақтары болады. Көптеген экономист-зерттеушілер екі процестен де ұқсас белгілерді тауып, қазіргі заманғы жаһандану процесін бір кездегі тарихи отарлау процесімен бірге және салыстыра қарайды. Жаһандануға қарсылардың көпшілігі нарықтардың «ашылуы» және капиталдың еркін қозғалысы шекаралардың бірдей ашықтығымен және адамдардың жүріп-тұру еркіндігімен қатар жүрмейтіндігін айтып бағады. Осыған байланысты, олар иммиграциялық шектеулерге қарсы күреседі.

Тірек сөздер: жаһандану, жаһандануға қарсы қозғалыс, автономия, халықаралық бизнес, әлемдік экономика.

Аннотация

Статья посвящена современным вопросам усиления антиглобалистского движения в рамках глобализационных процессов мирового экономического пространства. Существует много подходов к объяснению причин создания антиглобалистского движения. Среди них борьба с эффектами и последствиями глобализации, взаимосвязь с другими социальными или политическими движениями – пацифистскими, экологическими, солидарными со странами или народами «третьего мира», левыми радикальными, анархистскими, коммунистическими и т.д. Некоторые активисты отвергают недемократические и несправедливые механизмы процессов глобализации, другие – капитализм и свободу торговли как таковой и т.д. Однако все они сходятся на критике неolibеральной версии капитализма и международных экономических и финансовых институтов, таких, как Всемирный банк, Международный валютный фонд, Всемирная торговая организация и др. Глобализация бизнеса всегда имеет как положительные, так и отрицательные стороны в контексте международного влияния и воздействия. Многие экономисты-исследователи рассматривают и сопоставляют современный процесс глобализации с некогда историческим процессом колонизации, находя схожие черты в обоих процессах. Большинство антиглобалистов утверждают, что «открытие» рынков и свобода передвижения капитала не сопровождаются одинаковой открытостью границ и свободой передвижения людей, и в этой связи они борются с иммиграционными ограничениями.

Ключевые слова: глобализация, антиглобалистское движение, автономия, международный бизнес, мировая экономика.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФОРМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА

Аннотация

Особенную актуальность государственно-частное партнерство приобрело в последнее десятилетие. Многие отрасли и сферы экономики стали нуждаться в государственной поддержке и сотрудничестве. Различные формы, механизмы и сферы применения государственно-частного партнерства позволяют решить стратегические задачи – от создания и развития инфраструктуры до разработки и реализации новых проектов. В связи с этим возникает необходимость исследования методов, форм и механизмов государственно-частного партнерства в современных условиях. Участники государственно-частного партнерства объединяются для долгосрочного сотрудничества и слияния своих ресурсов. Предприниматели могут предложить управленческие навыки и современные технологии, а государство – методы защиты общественных интересов. В статье рассмотрены такие формы государственно-частного партнерства, как институциональное и контрактное. Чтобы реализовать проект государственно-частного партнерства, необходимо учитывать его принципы. Основные сферы, где применяется государственно-частное партнерство, – образование, здравоохранение, энергетика, транспорт, жилищно-коммунальное хозяйство, объекты социальной инфраструктуры и жизнеобеспечения. Можно сделать выводы, что совместное взаимодействие государства и бизнеса позволяет повысить эффективность и улучшить качество предоставляемых услуг, реализовать крупные инфраструктурные проекты, внедрить инновационные технологии и эффективные механизмы управления, привлечь частные инвестиции, а также сделать равной нагрузку на бюджет различных уровней.

Ключевые слова: закон, государство, бизнес, партнер, социальные проекты, принципы партнерства, управление рисками.

Особенную актуальность государственно-частное партнерство (ГЧП) приобрело в последнее десятилетие. Многие отрасли и сферы экономики стали нуждаться в государственной поддержке и сотрудничестве. Различные формы, механизмы и сферы применения государственно-частного партнерства позволяют решить стратегические задачи – от создания и развития инфраструктуры до разработки и реализации новых проектов. В связи с этим возникает необходимость исследования в данной статье методов, форм и механизмов государственно-частного партнерства в современных условиях.

31 октября 2015 г. был подписан Закон Республики Казахстан «О государственно-частном партнерстве». Главной целью данного закона является создание условий взаимодействия государства и бизнеса для реализации социально важных проектов путем объединения ресурсов.

Сторонами государственно-частного партнерства являются государство, субъекты квазигосударственного сектора, предприниматели и финансовые организации.

Государственно-частное партнерство (public-private partnership) – это отношения государства и бизнеса, их сотрудничество на условиях взаимной выгоды в социальной сфере. В договорах подробно описываются взаимовыгодные условия между государственными органами и предпринимателями, предполагаемые издержки, права и обязанности сторон и возможные риски.

Цель ГЧП – создание условий для долгосрочного сотрудничества между частным сектором (путем объединения ресурсов, управленческих навыков и технологий для улучшения качества жизни) и государством с его регулирующей деятельностью и протекционизмом общественных интересов.

Государственно-частное партнерство решает следующие задачи:

- ◆ привлечение частных ресурсов для снижения нагрузки на государственный бюджет;
- ◆ привлечение управленческих навыков частного партнера для наилучшего управления государственными активами;
- ◆ реконструкция объектов инфраструктуры с помощью привлечения инвестиций;
- ◆ расширение области взаимодействия государства и бизнеса.

В Казахстане существуют такие формы ГЧП, как институциональное и контрактное [1].



Рисунок 1 – Формы государственно-частного партнерства

Институциональное ГЧП – это создание проектной компании на условиях взаимной выгоды между государством и предпринимателем.

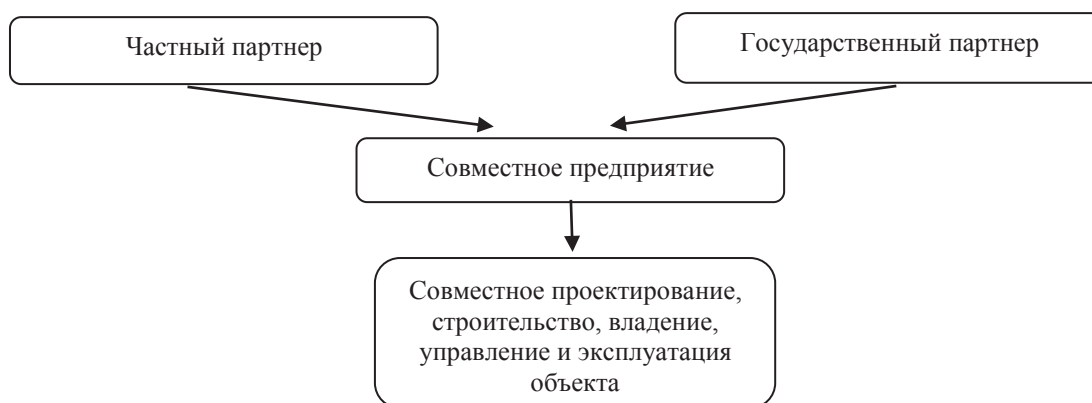


Рисунок 2 – Институциональное ГЧП

Контрактное ГЧП исполняется как:

- ◆ доверительное управление имуществом;
- ◆ аренда имущества;
- ◆ концессия;
- ◆ лизинг;
- ◆ изготовление опытного образца;

- ♦ опытно-промышленные испытания;
- ♦ производство;
- ♦ контракт жизненного цикла;
- ♦ предоставление сервиса.

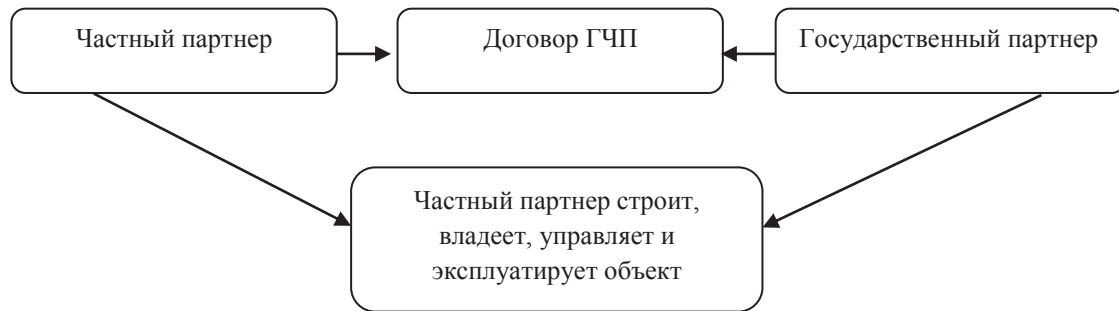


Рисунок 3 – Контрактное ГЧП

Чтобы реализовать проект государственно-частного партнерства, необходимо учитывать следующие принципы:

- ♦ принцип последовательности позволяет последовательно выстраивать взаимоотношения между всеми участниками проекта государственно-частного партнерства;
- ♦ принцип конкурсности – выбор частного партнера на основе проведения конкурса;
- ♦ принцип сбалансированности – распределение обязанностей, рисков, доходов и гарантий между участниками проекта ГЧП с соблюдением взаимовыгодных условий;
- ♦ принцип результативности – определение критериев для измерения результатов ГЧП.

Основные сферы государственно-частного партнерства: образование, здравоохранение, энергетика, транспорт, жилищно-коммунальное хозяйство, объекты социальной инфраструктуры и жизнеобеспечения. Но есть перечень проектов, определяемый президентом РК, которые не могут быть реализованы частной стороной.

Существуют причины заинтересованности государства в сотрудничестве с бизнесом. Общество может получить большой экономический эффект, так как предприниматели могут обеспечить снижение издержек за счет внедрения эффективных решений и предоставлять услуги более высокого качества путем привлечения опыта, технологий и компетенций. Немаловажный фактор – снижение нагрузки на бюджет, так как частный партнер является инвестором при реализации крупных проектов, позволяя государству решать текущие задачи.

Частная сторона также имеет преимущества от сотрудничества с государством, так как получает государственные активы на долгий срок, обеспечивая себе стабильное и гарантированное получение дохода и снижение рисков. Для участия в конкурсе при выборе частного партнера учитываются квалификационные требования. Частным партнером может быть индивидуальный предприниматель, консорциум, юридическое лицо.

Совместное взаимодействие государства и бизнеса способствует:

- 1) повышению эффективности и качества предоставления услуг в общественном секторе;
- 2) реализации крупных инфраструктурных проектов в более короткие сроки;
- 3) внедрению инновационных технологий и эффективных механизмов управления;
- 3) привлечению частных инвестиций в развитие отраслей, а также выравниванию нагрузки на бюджеты различных уровней;
- 4) стимулированию развития экономики за счет развития смежных отраслей.

Сложность системы ГЧП имеет свои отличия в различных странах и зависит прежде всего от национальных особенностей и уровня развития страны. В некоторых странах создается специальный орган, который регулирует деятельность ГЧП, но в большинстве стран такой необходимости нет.

Если же такой орган создан, то он имеет свои характеристики:

- ♦ степень взаимодействия со смежными органами и зависимость от них;
- ♦ объем возлагаемых и реализуемых работ;
- ♦ разработка правил, по которым будет функционировать данный орган.

Государство контролирует выполнение следующих пунктов частным партнером:

- ◆ выполнение финансовых обязательств;
- ◆ выполнение графика производства работ;
- ◆ использование основного капитала по прямому назначению;
- ◆ предоставление пользователям качественных услуг;
- ◆ соблюдение правил сбора оплаты за оказанные пользователям услуги;
- ◆ установление тарифа согласно методике расчета;
- ◆ соблюдение экологических требований;
- ◆ соблюдение требований по землепользованию;
- ◆ обеспечение занятости населения.

Правительство играет важную роль в реализации проектов ГЧП. Государство оказывает прямое финансирование, а также предоставляет гарантии активов (equity guarantees). Такие гарантии обязывают правительство выкупать объекты ГЧП по ценам, которые обеспечат частным партнерам доходность. Предоставляя связанные займы (subordinated loans), государство выдает кредиты на определенных условиях для развития общественно важных сфер. Правительство гарантирует (debt guarantees) возврат долга и (principal payments) его погашение (interest payments) с выплатами процентов. При гарантии дохода (revenue guarantees) государство дает обязательства получения дохода на минимальном уровне, если доход будет получен ниже. Данное условие оговаривается в контракте или предусматривается выдача компенсации частной компании. Обязательства по обменному курсу (exchange rate guarantees) компенсируют частной компании затраты, связанные с курсовой разницей. Правительство выдает безвозмездные гранты или субсидии (grants and subsidies), если частные компании нерентабельны. Продление концессии (concession extension) направлено на поддержание бизнеса и вовлечение его в производственную инфраструктуру. Правительство продлевает срок концессии в случае снижения прибыли. Договорные обязательства могут быть изменены (changes in contractual obligations), если меняются экономические и политические события страны.

Реализация проектов ГЧП сталкивается с определенными рисками. Государство как партнер вызывает определенные риски для бизнеса, так как государство воздействует на работу частного партнера и как партнер, и как контролер. Государственная сторона, являющаяся партнером, способствует успеху проекта и продвижению его в государственном аппарате. Возможен существенный риск для частного партнера в реализации проекта ГЧП, так как у государственных органов нет реальной ответственности за реализацию проекта.

Приведем наиболее часто встречающиеся рискованные для бизнес-структур ситуации при участии государства.

- 1) отсутствие поддержки государственных структур в реализации проекта;
- 2) длительный процесс согласования проекта;
- 3) отсутствие центра, координирующего действия и интересы министерств;
- 4) риск сокращения финансирования проекта из-за изменения приоритетов бюджетных расходов;
- 5) отсутствие опытных, квалифицированных специалистов по разработке и реализации проектов ГЧП;
- 6) сложность решения конфликтов со структурами государственной власти;
- 7) противоположные интересы региональных и местных органов;
- 8) государственные органы не выполняют условия контракта;
- 9) сложность прекращения проекта и возврата вложенных средств;
- 10) контроль со стороны государственных структур за реализацией проекта.

Управление рисками проходит пять стадий:

- ◆ идентификация рисков проекта позволяет определить общие и специфические риски для данного проекта и сформировать регистр рисков;
- ◆ оценка рисков позволяет определить, с какой вероятностью могут наступить данные факторы риска, и степень их влияния на реализацию проекта;
- ◆ распределение рисков между участниками взаимодействия и выделение рисков, которые закрываются государством;

♦ смягчение рисков позволяет привлечь третьи стороны, которые могут закрыть риски, например, страховые компании;

♦ мониторинг рисков позволяет распределить риски между участниками проекта и подписать специальный документ по распределению рисков проекта между его участниками.

На данный момент в РК находится на стадии реализации 1300 договоров на сумму 3 трлн тенге. В сфере образования программа «Балапан» является наиболее успешной, способствующей обеспечению мест в детских садах. В 2019 г. активизация деятельности проектов ГЧП наблюдается в таких городах, как Нур-Султан (114 компаний), Алматы (69 компаний), и в Карагандинской области (51 компания) [2].

Развитие условий для реализации механизма государственно-частного партнерства позволяет привлечь частные инвестиции для реализации социальных и общественно важных сфер экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Государственно-частное партнерство: <https://atameken.kz/ru/pages/566-gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo>.

2 По механизму ГЧП заключено 598 проектов: <https://kapital.kz/economic/82000/po-mehanizmu-gchp-zaklyucheno-598-proektov.html>.

Аңдатпа

Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік соңғы онжылдықта ерекше өзектілікке ие болды. Экономиканың көптеген салалары мен тармақтары мемлекеттің қолдауы мен ынтымақтастықты қажет ете бастады. Мемлекеттік-жеке меншік әріптестікті қолданудың әртүрлі нысандары, тетіктері мен салалары инфрақұрылымды құру мен дамытудан бастап жаңа жобаларды әзірлеу мен іске асыруға дейінгі стратегиялық міндеттерді шешуге мүмкіндік береді. Осыған байланысты қазіргі жағдайда мемлекеттік-жеке меншік әріптестіктің әдістерін, нысандары мен тетіктерін зерттеу қажеттілігі туындайды. Мемлекеттік-жеке меншік қатысушылары ұзақ мерзімді әріптестік пен ынтымақтастық үшін және өз ресурстарын біріктіру үшін қосылады. Кәсіпкерлер басқару дағдылары мен заманауи технологияларды, ал мемлекет – қоғамдық мүдделерді қорғау әдістерін ұсына алады. Мақалада мемлекеттік-жеке меншік әріптестіктің институционалдық және келісімшарттық нысандары қарастырылған. Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік жобасын іске асыру үшін оның қағидаттарын ескеру қажет. Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік қолданылатын негізгі салалар – білім беру, денсаулық сақтау, энергетика, көлік, тұрғын үй-коммуналдық шаруашылық, әлеуметтік инфрақұрылым және тіршілікті қамтамасыз ету объектілері. Мемлекет пен бизнестің бірлескен өзара іс-қимылы көрсетілетін қызметтердің тиімділігін арттыруға және сапасын жақсартуға, ірі инфрақұрылымдық жобаларды іске асыруға, инновациялық технологиялар мен басқарудың тиімді тетіктерін енгізуге, жеке инвестицияларды тартуға, сондай-ақ әр түрлі деңгейдегі бюджетке тең жүктеме жасауға мүмкіндік береді деген қорытынды жасауға болады.

Тірек сөздер: заң, мемлекет, бизнес, серіктес, әлеуметтік жобалар, серіктестік қағидаттар, тәуекелдерді басқару.

Abstract

Public-private partnership has become particularly relevant in the last decade. Many industries and sectors of the economy need state support and cooperation. Various forms, mechanisms and spheres of application of public-private partnership allow to solve strategic tasks—from creation and development of infrastructure to development and implementation of new projects. In this regard, there is a need to study the methods, forms and mechanisms of public-private partnership in modern conditions. Public-private partnership participants come together for long-term cooperation and merging of their resources. Entrepreneurs can offer management skills and modern technologies, and the state-methods of protection of public interests. The article considers such forms of public-private partnership as institutional and contractual. To implement a public-private partnership project, it is necessary to take into account its principles. The main areas where public-private partnership is applied are education, health care, energy, transport, housing and communal services, social infrastructure and life support. It can be concluded that the joint interaction of the state and business can improve the efficiency and quality of services, implement major infrastructure projects, introduce innovative technologies and effective management mechanisms, attract private investment, as well as make equal the burden on the budget of different levels.

Key words: law, state, business, partner, social project, principles of partnership, risk management.

МРНТИ 06.71.01
УДК 334.723.2

З.К. СМАГУЛОВА,¹

к.э.н., доцент, и.о. профессора.

А.Р. СОЛТАНГАЗИНОВ,¹

PhD, ассоциированный профессор.

Инновационный Евразийский университет¹

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация

В статье рассмотрены актуальность, опыт и проблемные аспекты развития государственно-частного партнерства как за рубежом, так и в Республике Казахстан. Опыт развитых стран показал, что государственно-частное партнерство позволяет осуществлять общественно значимые проекты, решая многие социально-экономические проблемы как страны, так и регионов. Такое взаимодействие позволяет сосредоточиться на объединении ресурсов, разделении рисков ситуаций между государством и частными структурами. Государственно-частное партнерство стало важным механизмом увеличения базы ресурсов и мобилизации неиспользованных резервов с целью экономического развития, оно отражает формы повышения и усложнения взаимодействия государства и бизнес-структур. С использованием механизма государственно-частного партнерства появляется возможность роста эффективности сотрудничества государственного сектора и частных структур с взаимной выгодой, повышения качества предоставляемых услуг, ускорения модернизации инфраструктуры, которая необходима для диверсификации экономики. Таким образом, государственно-частное партнерство позволяет объединить возможности государства, регионов и бизнеса, увязать в единое целое ресурсы, снизить риски участников проекта, распределить их зоны ответственности, согласовать интересы. Необходимость активного использования государственно-частного партнерства очевидна во многих сферах казахстанской экономики. Государственно-частное партнерство как фактор устойчивого социально-экономического развития, безусловно, важно и эффективно, что убедительно показывает практика многих государств.

Ключевые слова: инновационная активность, инвестиции, институциональная среда, государственное управление, конкурентоспособность, риски, налоговые льготы.

Глобальные изменения в экономике, потребность в обеспечении конкурентоспособности страны привела к серьезным сдвигам в системе государственного управления и хозяйствования. Эти изменения требуют от государства новых качеств – гибкости, эффективности и адаптивности к изменениям, которые происходят в социальной и экономической среде. Важным фактором стала оптимизация форм участия государства, которая позволит избежать избыточного финансирования и минимизировать провалы государства, а также переход к новым формам государственного менеджмента [1].

Одной из форм участия государства стало государственно-частное партнерство (ГЧП), что предусматривает полную или частичную передачу субъектам частного сектора ответственности за оказание услуг, которые традиционно относятся к сфере ответственности государственного сектора, на условиях справедливого распределения между его участниками рисков, ответственности и выгод, а также при сохранении государственного контроля.

Государство определяет главные параметры сотрудничества и организационно определяет их. Совместные проекты или программы чаще всего инициирует акимат, особенно местный, но они могут предлагаться и со стороны бизнеса. Государство не принуждает партнеров к сотрудничеству, а привлекает их определенным набором самых разных предпочтений, в основном налоговых, а также условиями получения кредита и т.п. Так, например, в США для крупномасштабной программы строительства и модернизации школьных зданий предусматриваются налоговые и кредитные льготы компаниям – ее участникам, в независимости от институциональной принадлежности. Скидки с федеральных налогов получают частные учреждения дошкольного воспитания. Льготы частному капиталу по налогам и кредитам, при

предоставлении земельных участков и так далее – это обычная практика при реализации проектов и программ модернизации и реконструкции государственных инфраструктурных объектов. Некоммерческие структуры привлекаются к сотрудничеству также налоговыми льготами, которые предоставляются как самим организациям, так и их донорам, имеют они и кредитные преференции. Также актуальна практика предоставления местной администрацией в их пользование пустующих зданий или сооружений бесплатно или за невысокую арендную плату, финансирования до 1/2 капиталовложений или текущих затрат на оборудование, используемое в профильной деятельности и т.д. Причем в каждом конкретном случае приходится решать непростую задачу достижения баланса интересов участников проекта или программы как первостепенного условия эффективности взаимодействия. В западных странах за последние два-три десятка лет расширились хозяйственные позиции некоммерческого (неприбыльного) сектора и масштабов его кооперации с другими секторами в предоставлении достаточно широкого круга услуг, в первую очередь социально-культурного профиля [2, 3].

В международной практике механизмы государственно-частного партнерства применяются во многих сферах (таблица 1).

Таблица 1 – Сферы государственно-частного партнерства

Страна	Сфера (объекты)									
	Авто-дороги	Ж/д линии	Водо-обес-печение	Пере-работка и утили-зация	Энер-гетика	Здраво-охране-ние	Обра-зова-ние	Пени-тен-циар-ные заве-дения	Обо-рон-ный комп-лекс	Офисы
Канада	+	+	+	+		+	+	+	+	+
Великобритания	+	+	+	+		+	+	+	+	+
Ирландия	+	+	+	+	+		+	+		+
Австралия	+	+	+			+	+	+	+	
Бельгия	+	+	+	+		+	+			
Финляндия	+	+				+	+			+
Германия	+	+	+	+					+	
Португалия	+	+	+			+			+	
Южная Африка	+		+			+	+	+		
Греция	+	+				+	+			
Италия	+	+	+	+						
Испания	+	+	+			+				
США	+		+					+	+	
Франция	+		+						+	
Голландия	+	+	+							

Государственно-частное партнерство, получив достаточно эффективные результаты в мире, утвердилось как один из успешных проектов по привлечению субъектов предпринимательской деятельности к реализации общественно важных проектов [4]. Так, например, согласно законодательству Италии договорами государственно-частного партнерства являются такие документы, где их применение может охватывать один или определенные виды деятельности, такие, как проектировка, строительство, управление, обслуживание значимых работ для общества или коммунальных служб, оказание конкретной услуги, и это влечет за собой полное или частичное финансирование частных инвесторов проекта или программы. На основе законов Франции договоры государственно-частного партнерства – это договоры административные, на основании которых государственное юридическое лицо дает поручение частной структуре реализовать финансирование строительства, что необходимо для исполнения общественно значимых услуг, проектирование или конверсию для строительства в соответствии с целями, обслуживание и управление этим строительством.

Для эффективной реализации проектов государственно-частного партнерства с учетом зарубежного опыта определены такие факторы, как:

- ♦ для государства не актуально строительство объектов инфраструктуры, важны объем и качество предоставляемых услуг;
- ♦ именно государством определяется квалификация и опыт частных инвесторов в области проектирования, строительства, эксплуатации инфраструктуры, которые важны для оказания услуг, их объема и качества;
- ♦ от качества работ частных инвесторов зависит возмещение всех затрат.

Республика Казахстан заложила законодательную базу использования механизма государственно-частного партнерства в 1991 г. в пунктах урегулирования взаимоотношений, которые возникают по договорам концессий [5]. Новый закон Республики Казахстан «О концессиях» (2006 г.) позволил дать возможность передачи права на реализацию объектов государственной собственности юридическим лицам – резидентам Республики Казахстан так же, как и иностранным инвесторам. Далее важные задачи для развития механизмов государственно-частного партнерства в стране были определены в Концепции развития ГЧП в Республике Казахстан на 2009–2015 годы, в Программе по развитию ГЧП в РК на 2011–2015 годы, в Законе Республики Казахстан «О государственно-частном партнерстве» от 31 октября 2015 г. и в приказе № 725 от 25 ноября 2015 г. «О некоторых вопросах планирования и реализации проектов государственно-частного партнерства» [6, 7, 8, 9].

Были определены основные задачи государственно-частного партнерства [9]:

- 1) с целью реализации устойчивого социально-экономического развития страны необходимо создать условия для эффективного партнерства государства и частных структур;
- 2) с целью развития инфраструктуры и системы жизнеобеспечения населения страны необходимо привлечь инвестиции в экономику, объединив ресурсы государства и частного сектора;
- 3) учитывая интересы и потребности граждан и иных заинтересованных лиц, необходимо повысить как уровень доступности, так и качество товаров и услуг;
- 4) активизация и содействие развитию высокотехнологичных и наукоемких производств с целью повышения инновационной активности в Республике Казахстан в целом.

Таким образом, проекты государственно-частного партнерства разделили на республиканские и местные, где критериями отбора стали являться такие факторы как тип собственности, кто является получателем выгод и другие критерии. На местном уровне более полно определяются возможности партнерства в быстром решении таких наиболее острых проблем, как высокий уровень молодежной безработицы, низкий уровень качества медицины и школьного образования, преступность среди детей, наркомания, поддержание культурных традиций, плачевное состояние транспортного обслуживания, обслуживания городского хозяйства, жилищного фонда и т.д. Так, согласно данным Казахстанского центра ГЧП, по Павлодарской области на сегодняшний день определены следующие проекты (таблица 2).

Таблица 2 – Проекты ГЧП по сферам экономики

Состояние проекта	Сфера (объекты)					
	Здраво-охранение	Социальная сфера	Энергетика и ЖКХ	Культура	Физическая культура и спорт	Образование
Заключены договоры по ГЧП	8	1	2	–	–	–
Планируемые к реализации	4	1	–	1	1	1
Объявлены на конкурс	1	–	2	1	–	–

Одной из приоритетных отраслей в стране является отрасль здравоохранения, представляющая собой цельную социально ориентированную структуру, которая должна обеспечить доступность медицинских услуг, их своевременное предоставление, соответствующее качество

и преемственность оказания медицинской помощи. Основываясь на международном опыте и законодательной базе, каждый регион может определить более активные меры по реализации государственно-частного партнерства в конкретной сфере. Это можно увидеть по количеству проектов ГЧП на местном уровне на примере Павлодарской области [10].

Внедрение государственно-частного партнерства по объему и охвату, по глубине и уровню использования в системе хозяйственных отношений в современных условиях является серьезной задачей для государства в связи с тем, что объектами такого партнерства выступают отрасли или предприятия социально-производственной инфраструктуры. И от того, насколько будет эффективной законодательная база, её полнота, прозрачность, непротиворечивость и качество, как будет функционировать институциональная среда, от экономических и организационных аспектов этой проблемы будет зависеть весь процесс эффективной реализации государственно-частного партнерства, а также решение многих социально-экономических проблем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Mueller D.C. Public Choice II. UK: Cambridge University Press. – 1989. – 76 p.
- 2 Варнавский В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. – М., 2005. – 315 с.
- 3 Осадчая И.М. Государство и рынок: экономические и социальные цели. В кн. «Социально-экономические модели в современном мире и путь России». – М., 2005. – 124 с.
- 4 Коллектив авторов. Актуальные проблемы социально-экономического развития региона (на материалах Павлодарской области). – Павлодар, 2014. – 246 с.
- 5 Закон о концессиях Республики Казахстан. – Астана, 2006. – 34 с.
- 6 Концепция развития ГЧП в Республике Казахстан на 2009–2015 годы. – Астана, 2008. – 47 с.
- 7 Программа по развитию государственно-частного партнерства в Республике Казахстан на 2011–2015 годы. – Астана, 2010. – 26 с.
- 8 Закон РК «О государственно-частном партнерстве». – Астана, 2015. – 24 с.
- 9 Приказ о некоторых вопросах планирования и реализации проектов государственно-частного партнерства. – Астана, 2015. – 45 с.
- 10 Казахстанский центр ГЧП: официальный интернет-ресурс: http://kzppp.kz/project_base.

Андатпа

Мақалада шет елдерде де, сондай-ақ Қазақстан Республикасында да мемлекеттік-жеке меншік әріптестікті дамытудың өзектілігі, тәжірибесі мен проблемалық аспектілері қарастырылған. Дамыған елдердің тәжірибесі мемлекеттік-жеке меншік әріптестік қоғамдық маңызды жобаларды жүзеге асыруға мүмкіндік беретінін көрсетті. Мұндай өзара іс-қимыл ресурстардың көп көлеміне, мемлекеттік және жеке әріптестер арасында тәуекелдерді әділ бөлуге шоғырлануға мүмкіндік береді. Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік ресурстық базаны кеңейту және экономикалық даму үшін пайдаланылмаған резервтерді жұмылдыру тетіктерінің бірі болды. Мұндай әріптестік мемлекет пен бизнестің өзара іс-қимыл нысандарын кеңейту және қиындату процестерін бейнелейді. Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік тетігін пайдалану кезінде мемлекет пен жеке сектордың өзара тиімді ынтымақтастығының тиімділігін арттыру, көрсетілетін қызметтердің сапасын арттыру, экономиканы әртараптандыру үшін қажетті инфрақұрылымды жаңғыртуды жеделдету мүмкіндігі пайда болады. Осылайша, мемлекеттік-жеке меншік әріптестік мемлекеттің, өңірлер мен бизнестің мүмкіндіктерін біріктіруге мүмкіндік береді. Оны пайдалану мемлекеттің, өңірлердің бизнестің ресурстары мен мүмкіндіктерін бірыңғай тұтастыққа байланыстыруға, жобаға қатысушылардың тәуекелдерін азайтуға, оларды жауапкершілік аймақтарын бөлуге, мүдделерді келісуге мүмкіндік береді. Мемлекеттік-жеке меншік әріптестікті белсенді пайдалану қажеттілігі қазақстандық экономиканың көптеген салаларында айқын. Мемлекеттік-жеке меншік әріптестік тұрақты әлеуметтік-экономикалық даму факторы ретінде, сөзсіз, маңызды және тиімді, бұл көптеген мемлекеттердің тәжірибесін айқын көрсетіп отыр.

Тірек сөздер: инновациялық белсенділік, инвестициялар, институционалдық орта, мемлекеттік басқару, бәсекеге қабілеттілік, тәуекелдер, салық жеңілдіктері.

Abstract

The article deals with the relevance, experience and problematic aspects of the development of public-private partnership both abroad and in the Republic of Kazakhstan. The experience of developed countries has shown that public-private partnership allows implementing socially significant projects, solving many socio-economic problems of both the country and the regions. This interaction allows us to focus on a larger amount of resources, a fair distribution of risks between public and private partners. Public-private partnership has become an important mechanism for expanding the resource base and mobilizing unused reserves for economic development. It reflects the processes of expansion and complexity of forms of interaction between the state and business. When using the mechanism of public-private partnership, there is an opportunity to increase the efficiency of mutually beneficial cooperation between the state and the private sector, to improve the quality of services provided, to accelerate the modernization of infrastructure, which is necessary for the diversification of the economy. Thus, public-private partnership allows combining the capabilities of the state, regions and business. Its use allows you to link together the resources and capabilities of the state, regions, business, to reduce the risks of project participants, to distribute their areas of responsibility, to coordinate interests. The need for active use of public-private partnership is obvious in many areas of Kazakhstan economy. Public-private partnership as a factor of sustainable socio-economic development, of course, is important and effective, which clearly shows the practice of many states.

Key words: innovation activity, investments, institutional environment, public administration, competitiveness, risks, tax benefits.

M.N. ORAZALINOV,¹
c.e.s., associate professor.
D.M. DADABAYEVA,¹
c.e.s., associate professor.
G.K. NYETALINA,¹
c.e.s., associate professor.
Turan University¹

COLLABORATION MODEL OF GOVERNMENT AND PRIVATE PARTNERSHIP

Abstract

Kazakhstan has set itself both very ambitious and difficult task, which is modernizing all sectors and gradually moving to an innovative economic development trajectory. This policy requires a search for the most effective forms of cooperation between public and private structures. The experience of leading countries shows us that one of the effective mechanisms for attracting entrepreneurial initiative, experience and domestic investment in the social sphere is public-private partnership projects. This mechanism has not been studied in Kazakhstan yet, and its potential has not been fully revealed as well. Nevertheless, the fact that its use in such sectors as housing and communal services, energy, transport, organization and implementation of infrastructure projects will give a powerful impetus to the development of the national economy is evident. The efficiency of interaction between state and private structures should be involved in the construction sector in order to provide the population with comfortable and most importantly, affordable housing. The role of public-private partnership cannot be ignored in the development of agribusiness, providing the population with quality services in the field of healthcare, education, etc. New financial mechanisms emerge, property relations undergo significant changes, new, improved management methods appear as a result of the formation and development of relations between the public and private sectors. Today without them, when the processes of globalization give rise to high competition, solving the problems of accelerated modernization and infrastructure development is very difficult.

Key words: state, private structures, partnership, financial mechanism, model, infrastructure, management method, entrepreneurial initiative.

Most countries often face the issues of sustainable financing of the social and economic spheres as well as providing the appropriate infrastructure for the growing population of the country. Introducing the substantial economic transformations, aimed at developing a high-tech, innovative economy, is not possible without creating an effective model of interaction between state and business.

Nowadays, Kazakhstan has the problem of the intensively growing urbanization, the need for the fastest possible depreciation of existing infrastructure, the restoration and modernization of engineering and communications networks in many regions of the country. These issues can be mainly dealt with due to subsidies and other donations from the state budget, creating an already growing deficit at the same time. Public-private partnership (PPP) is thought to be an effective solution to the limited financial capacity of the state. It helps mobilize private capital in the infrastructure development of the country. The successful realization of various public services owing to the partnership between two main subjects of the national economy has become a real alternative to the traditional method, which implies services provided only by the state or the private sector.

It is necessary to mention that with using the right approach, public-private partnerships can direct their full potential and necessary resources to social and economic development at local, regional and international levels. For its part, the private sector is interested in increasing profitability due to its experience and business opportunities in new sectors of the economy. In addition to it, the capital invested by the private sector has a good return and a guarantee from the state.

In the light of the above, revealing the nature of public-private partnerships as a particular category of economics as well as revealing their role in the modern system of economical contradictions, remain quite relevant. Domestic literature does not give an exact definition of public-private partnerships. For instance, the Law of the Republic of Kazakhstan dated from October 31, 2015 “On Public-Private Partnership”, as well as a number of other Kazakhstani publications and information resources suggest the following definition of public-private partnership: “Public-private partnership is a form of cooperation between the state and a private partner” [1].

In our opinion, this definition is very brief and does not reveal the whole essence and conceptual foundations of PPP. In this regard, it is required to reveal the nature of PPP applied to Kazakhstani practice. Let us consider the fundamental theoretical aspects of public-private partnership based on the generally accepted method. The term is originated from western countries (public-private partnership), and in this case, the state is defined as a more comprehensive notion than the totality of power structures and institutions. The state (public) functions as a generalizing subject that includes all levels of management and sometimes plays an informal but significant role in regulating all aspects of social development. It should also be noted that state initiates most PPP projects. Besides, the state, in this case, is the key figure as the owner and manager of municipal and state property. A priori, it is possible to assert that, with this understanding, there will never be equality, since the ownership of this type of property will always belong to the first party.

The Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) gives an interesting definition of public-private partnership as a type of agreement between state and private partners within which the representatives of the private party carry out their entrepreneurial activities in the format most convenient for state, given the fact that both parties should achieve own goals, thanks to a significant distribution of risks in the direction of business and maximum government support in terms of reducing the tax burden and infrastructure support for projects [2].

In general, there is a double view of PPP in world practice. On the one hand, public-private partnerships are considered as a set of relations between state and business, used as the most effective tool for the country's social and economic development at different levels. On the other hand, specific public-private partnership projects implemented based on state and municipal property.

Russian scholars V.G. Varnavsky, A.V. Klimenko, V.A. Korolev, involved in the theory and practice of public-private partnerships, concluded that the effectiveness of the PPP mechanism is depended on several factors listed below that determine the forms and scale of interaction between public and private structures in their works [3]:

- ◆ public-private partnership is an effective mechanism for the emergence and development of relations between the public and private sectors.
- ◆ the resources of private partners are used in reproduction processes in various sectors of the national economy owned by state and local authorities with the help of PPP, and at the same time, the use of private entrepreneurial initiatives in order to increase the efficiency of budget allocation.
- ◆ certain additional benefits arise as a result of state efforts and business resources in the process of realization of public-private partnership projects.

They believe that in comparison with state structures, the business demonstrates greater mobility, dynamics and speed in making managerial decisions without any doubts, it is inclined to innovations, strives for continuous technological improvements in order to increase its competitive advantage in the market.

In turn, government representatives may well ensure timely and effective projects realization of this type of partnership of the authorities, by creating an adequate legislative, regulatory framework, consulting support of the company, using economic incentives and levers in the form of subsidies, guarantees and benefits.

Public-private partnerships are commonly presented as contract and institutional PPPs in Kazakhstan (Figure 1, p. 57).

According to the Law of the Republic of Kazakhstan “On Public-Private Partnership,” the national chamber of entrepreneurs of the Republic of Kazakhstan “Atameken” performs the following functions in respect of:

- ◆ development of expert opinions on the conceptual framework of PPP projects;
- ◆ creation of business representatives register;
- ◆ it is a member of the competitive commission in identifying potential private partners;
- ◆ monitoring the implementation of public-private partnership projects [4].

In general, any beneficial relationships between state and business representatives can be attributed to one of the forms of PPPs. In this case, the main criterion is the stimulation and motivation of private representatives and the joint distribution of risks and income from the realization of PPP projects for both sides of the partnership. Undoubtedly, the main incentives for private entities are the possibility of generating income even though it is fair to note that recent projects in this area have become more frequent between the state and non-profit organizations, motivated by goals and objectives, not of commercial but social nature.

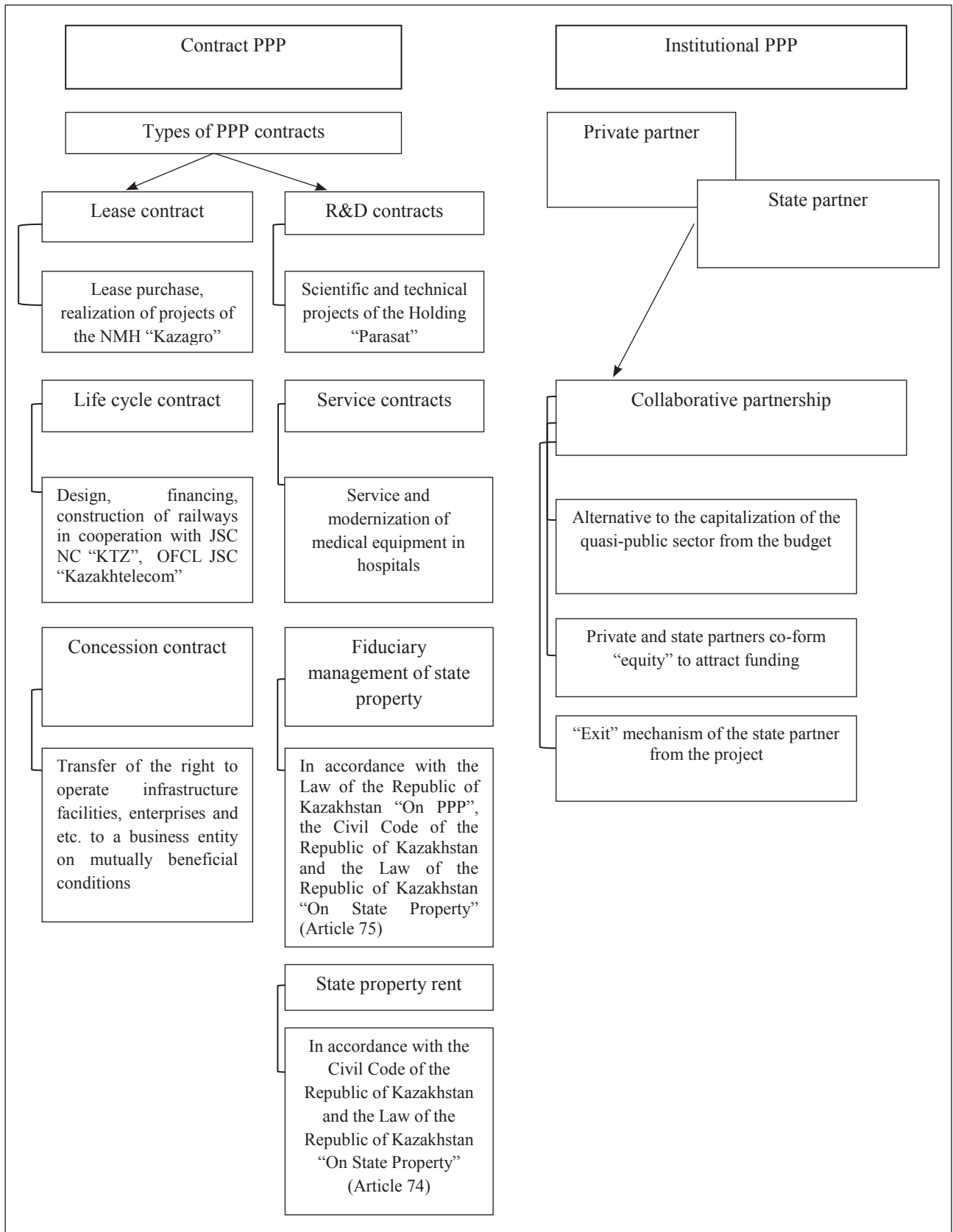


Figure 1 – The model of interaction between the state and a private partner

Public-private partnerships have an essential feature which lies in the fact that the private partner bears responsibility for the development, realization and direct administrative management of the production of services. In this regard it is expected that business representatives in the PPP format will usually have more incentives to invest more resources and put more efforts into projects, which will undoubtedly affect the quality products or services, in order to reduce potential costs in the future unlike the cases when construction or development is carried out based on the traditional state mechanism. Therefore, all this stage by stage transforms into an effective system of motivation and incentive for private partners [5].

Currently, PPP mechanisms are widely used in the Republic of Kazakhstan in all sectors of the economy (Table 1).

Table 1 – Key indicators for PPP objects in the Republic of Kazakhstan for the 3rd quarter of 2019

PPP objects	Number of contracts in the field of PPP September 2019
Number	1207
Total sum (bln tenge)	1120,4
Note – Compiled by the author based on [6].	

We consider that the key objective prerequisite for the emergence of public-private partnerships was the desire to find an effective way to develop socially significant infrastructure projects with the lowest costs and risks. PPP fully suited in this case, where state support and the experience of a private partner is undoubtedly the best symbiosis in modern business conditions.

Kazakhstan is still searching for its effective model of interaction between state and business, where this type of cooperation will still show its hidden potential in industries that commonly were owned by the state and undoubtedly play an important role in the development of Kazakhstani society.

LIST OF LITERATURE

- 1 The Law of the Republic of Kazakhstan from October 31, 2015, № 379–V “On Public-Private Partnership” (amended on April 3, 2019): https://online.zakon.kz/document/?doc_id=37704720.
- 2 Review of public-private partnerships public administration: http://oecd.ru/oecd_gos.html.
- 3 Korolev V.A., Klimenko A.V., Varnavsky V.G. Public-private partnership: theory and practice. – M., 2010. – P. 7–15.
- 4 Official website of NPP RK “Atameken”: <https://atameken.kz/ru/services/11-malyj-i-srednij-biznes>.
- 5 Lomovtsev D.A., Chernyanskaya K.Z. PPP as a mechanism of anti-crisis support. – M., 2009. – 183 p.
- 6 Kazakhstan Public-Private Partnership Center: <https://kzppp.kz/projects>.

Аңдатпа

Қазақстан өз алдына өте өршіл және сонымен қатар күрделі міндеттер қойып отыр, барлық салаларды жаңғырту және экономиканы дамытудың инновациялық траекториясына кезең-кезеңмен көшу. Бұл мемлекеттік және жеке құрылымдар ынтымақтастығының ең тиімді нысандарын іздестіруді талап етеді. Алдыңғы қатарлы елдердің тәжірибесі бізге кәсіпкерлік бастаманы, тәжірибені және әлеуметтік салаға ішкі инвестицияларды тартудың пәрменді тетіктерінің бірі мемлекеттік-жеке әріптестік жобалары болып табылатынын куәландырады. Қазақстанда бұл механизм әлі зерттелмеген және онда жасырын әлеует әлі толық ашылмаған. Дегенмен, біз оны тұрғын үй-коммуналдық шаруашылық, энергетика, көлік, инфрақұрылымдық жобаларды ұйымдастыру және жүзеге асыру сияқты салаларда пайдалану ұлттық экономиканы дамыту үшін қуатты серпін беретінін байқай аламыз. Мемлекеттік және жеке құрылымдардың өзара іс-қимылының тиімділігі, біздің ойымызша, халықты жайлы және ең бастысы қолжетімді тұрғын үймен қамтамасыз ету мақсатында құрылыс саласында да іске қосылуы тиіс. Сондай-ақ, агробизнесті дамытудағы мемлекеттік-жеке әріптестіктің рөлін, халықты денсаулық сақтау және білім беру және т.б. саласында сапалы қызметтермен қамтамасыз етуді да назар аударуға болмайды. Мемлекеттік және жеке меншік сектор арасындағы қатынастарды қалыптастыру және

дамыту нәтижесінде жаңа қаржылық тетіктер құрылуда, меншік қатынастары елеулі өзгерістерге ұшырауда, басқарудың жаңа жетілдірілген әдістері туындайды. Оларсыз, жаһандану үдерістері жоғары бәсекелестікті туындататын қазіргі заман шындығы, біздің ойымызша, жедел жаңғырту мен инфрақұрылымдық даму мәселелерін шешу өте қиын болып көрінеді.

Тірек сөздер: мемлекет, жеке құрылымдары, әріптестік, қаржылық тетік, модель, инфрақұрылым, басқару әдістері, кәсіпкерлік бастама.

Аннотация

В Казахстане ставятся очень амбициозные и в то же время не менее сложные задачи – модернизация всех отраслей и поэтапный переход на инновационную траекторию развития экономики. Это требует поиска наиболее эффективных форм сотрудничества государственных и частных структур. Опыт передовых стран свидетельствует, что одним из действенных механизмов привлечения предпринимательской инициативы, опыта и внутренних инвестиций в социальную сферу являются проекты государственно-частного партнерства. В Казахстане данный механизм еще не изучен и потенциал, скрытый в нем, еще не полностью раскрыт, но можно констатировать, что его использование в таких отраслях, как жилищно-коммунальное хозяйство, энергетика, транспорт, организация и осуществление инфраструктурных проектов, даст мощный толчок для развития национальной экономики. Эффективность взаимодействия государственных и частных структур, по нашему мнению, должна быть задействована и в сфере строительства в целях обеспечения населения комфортным и, самое главное, доступным жильем. Нельзя также обойти вниманием роль государственно-частного партнерства в развитии агробизнеса, обеспечении населения качественными услугами в сфере здравоохранения и образования и т.д. В результате формирования и развития отношений между государственным и частным сектором создаются новые финансовые механизмы, существенным изменениям подвергаются отношения собственности, возникают новые усовершенствованные методы управления. Без них в современных условиях, когда процессы глобализации порождают высокую конкуренцию, решить проблемы ускоренной модернизации и инфраструктурного развития весьма сложно.

Ключевые слова: государство, частные структуры, партнерство, финансовый механизм, модель, инфраструктура, метод управления, предпринимательская инициатива.

А.Т. ТЛЕУБЕРДИНОВА,¹

э.ғ.д., профессор.

А.Ә. БАЙМБЕТОВА,¹

PhD, доцент.

Б.А. АБДУЛИНА,¹

магистр.

«Тұран» университеті¹

ИННОВАЦИЯЛЫҚ МАРКЕТИНГТІҢ ҒЫЛЫМИ ТӘСІЛДЕРІ

Андатпа

Мақалада бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін инновациялық маркетингтің ғылыми тәсілдерін қолдану қажеттілігі негізделген. Себебі, бүгінгі таңда экономикамыздың басты әрі күрделі мақсаты – 2050 жылға қарай мықты мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігін арттырып, дамыған экономиканы қалыптастыру. Дамушы елдер арасында осы орынға бәсекелестік қатал болмақ. Еліміздің дамыған отыз ел қатарына қосылу жоспарына және үдемелі индустриалды-инновациялық даму бағдарламаларына сәйкес, отандық компаниялардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру және олардың ішкі және сыртқы нарықтарда бәсекелік ұстанымдарын нығайту басты мақсат болып табылады. Осы мәселені шешуде мемлекеттік қолдаумен қатар, отандық компаниялардың шаруашылық қызметіне инновацияларды соның ішінде маркетингтік инновацияларды енгізудің маңызы зор. Дамыған елдердің тәжірибесі көрсетіп отырғандай, ЖІӨ өсімінің 70-тен 85%-ға дейін жаңа немесе жетілдірілген технологиялардың үлесінде. Алдыңғы қатарлы мемлекеттермен бір қатарда тұру және халықтың әл-ауқатының жоғары деңгейіне қол жеткізу инновациялық өнімдер мен оларды маркетингтің заманауи құралдары көмегімен нарықта оңтайлы жылжыту нәтижесінде бәсекеге қабілеттілікті арттыру арқылы жүзеге асуы тиіс. Бүгінгі таңда Қазақстан экономикасының бәсекеге қабілеттілігі жалпы өнеркәсіптің әр түрлі салаларындағы отандық компаниялардың инновацияларды өндіріске ұдайы енгізу іс-шараларына байланысты.

Тірек сөздер: маркетинг, инновация, қайта жайғастыру, латералды маркетинг, брендинг, интрамаркетинг, максимаркетинг, холистикалық маркетинг, экономиканың бәсекеге қабілеттілігі.

Бүгінгі жаңа маркетинг XX-ғасырдың ортасында Ф. Котлермен ұсынған дәстүрлі маркетингтен әлдеқайда алшақтап барады. Индустриалды кезеңде бәсекеге қабілетті болған барлық тауарлар мен қызметтер постиндустриалды кезеңде тұтыну құндылығын жоғалтуда. Осыған байланысты, маркетингке түбегейлі өзгеріс енгізу үрдісі XX-ғасырдың 90 жылдары АҚШ-та басталып кетті [1].

Қазіргі кезде маркетингтің базалық тәсілдері нарықтың жаңа ортасына икемдену бағытында даму үстінде. Дәстүрлі маркетинг аксиомалары шегінен тыс қосымша әрі жаңа түсініктер пайда болды. Мәдениеттердің өзара алмасып, бір елден басқа елдерге ену жағдайында барлық компаниялар халықаралық бәсеке ортасында қызмет етеді. Бәсекелік артықшылыққа жету үшін компаниялар мүмкіндігінше инновацияларды қолдануға ұмтылады.

Бәсеке мен инновация өзара бірін-бірі толықтыратын ұғымдар. Ресей ғалымы Ю. Симачев инновациялық маркетинг пен бәсекеге қабілеттілік арасында өзара байланыс бар деп түсіндіреді [2].

Компаниядағы инновациялық маркетинг (немесе бұл жағдайда инновациялық өнім) нарықта бәсекені қозғаушы күш болса, екінші жағынан инновациялық маркетинг (бұл жағдайда маркетингтік инновация) бәсекелік артықшылыққа жетуді қамтамасыз ететін қару болып табылады.

Компанияның инновациялық белсенділігі (инновациялық маркетинг компанияның инновациялық белсенді факторы) оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ұмтылыс жасаса, өзге компаниялар тарапынан нарықта қалыптасқан бәсекелік шарт компанияның инновациялық белсендігін қабілеттендіреді. Нәтижесінде инновациялық маркетинг пен нарықтың бәсекелік деңгейі арасында өзара байланысты көруге болады.

Ф. Котлер «Маркетинг менеджмент» еңбегінде компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жаңа тұтынушыларды тарту қажеттілігін қарастырады және оларды келесідей жіктейді: тұтынушы тауар жөнінде хабардар емес, оны сатып алу үшін төлем қабілеттілігі төмен немесе тұтынушы ойынан шығатындай тауардың ерекшелігі жоқ [1].

М. Портер инновацияларды дамытатын бірден-бір себепкер күш нарықтағы бәсекелестер деп таныған, соның ішінде халықаралық және ұлтаралық бәсекелестер деп атап өткен [3].

Нарықтардың жаһанданып жетілген шартында бизнесті маркетингтік басқаруда қазіргі заманғы ережелерге сай жаңа тәсілдерді талап етуде. Осыған байланысты, соңғы жылдары маркетинг теориясы қағидаларының қатарына жаңадан енген инновациялық маркетинг тәсілдері жедел қарқынмен дамуда [4]. Дамыған елдердің бизнес тәжірибесінде төменде келтірілген инновациялық маркетингтің ғылыми тәсілдері кеңінен қолданысқа ие.

Инновациялық маркетинг теориясын дамытудың бірден-бір жаңа тәсілі – латералды идеяны дамыту үрдісі. Ф. Котлер компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыруда сенімді инновациялық маркетинг құралы бола алатын латералды идеяға негізделген шығармашылық үрдісті ұсынды [5].

Ф. Триас де Бес латералды маркетингті – қажеттілікті, мақсатты тұтынушыларды және жағдайды ескере отырып, қолда бар тауарды не қызметті инновациялау нәтижесінде жаңа нарықтар құру үшін үлкен мүмкіндік беретін қызмет үрдісі деп түсіндіреді [6].

1-кестеде келтірілген, инновациялық маркетинг қағидасына негізделіп дайындалған ғылыми тәсілдер компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал жасайтын маркетингтің заманауи тәсілдері болып табылады.

Кесте 1 – Компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттырудағы инновациялық маркетингтің ғылыми тәсілдері

Автор	Ғылыми тәсілдер	Ғылыми тәсілдердің мәні	Компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттырудағы рөлі
Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес	Латералды маркетинг	Компанияның, өнімнің, нарықтың жаңа категорияларын құруға және мақсатты тұтынушылардың қажеттілігіне бағытталған жаңа маркетингтік іс-шараларды дайындау тұжырымдамасы	Компанияның, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалау жүйелілік пен кешенділікті талап етеді. Латералды өзгеріс бұрынғы маркетингтің, құрамдас бөліктерінің өзгеруіне әсер етеді
Д. Аакер және McKinsey & Company ұсынған	Әр түрлі нарық типіндегі брендинг	Брендинг – ұзақ мерзімді кезеңде тұтынушылардың оң көзқарасын қалыптастыру мақсатында сауда маркасын құру және жылжыту тәсілі	Инновациялық бағыттағы компаниялардың маркетинг қызметіне емес барлық компаниялар үшін қолдануды талап етеді
Э. Райс, Дж. Траут	Қайта жайғастыру	Қандай да бір өзгерістерге ұшырамаған бұрыннан бар тауарды басқа нарықтарға қайта жайғастыру	Компания үшін өнімнің өмірлік циклінде өнімнің өтімділігін қамтамасыз етеді
Т. Робертсон	Өнімді инновациялау	Өнімнің нарықтағы бәсекелік артықшылығын ұзақ уақыт ұстау үшін өнімді тұтынушы талабына сай өзгерту	Жаңа тауарлар үздіксіз сипатқа ие болады
Жапонияның «Seiko» компаниясы ұсынған	Интрамаркетинг	Мамандардың өкілеттілігін көтеру нәтижесінде бизнесті дамыту міндетінің тиімді шешімдерін іздеудегі ойлау жүйесінің тәсілі	Компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін ғылыми мамандарды компания қызметіне тарту
М. Портер, Йоги Акао және Шигеру Мидзуно ұсынған	Тұтынушылар құндылығын құру	Тұтынушының құндылықты қажеттілігін өнімге айналдыру	Тұтынушының құндылықты қажеттілігін маркетингтік зерттеулермен анықтап, оны жоғары дәрежеде қанағаттандыруға негізделеді

1-кестенің жалғасы

С. Рэпп, Т.Л. Коллинз	Максимаркетинг	Маркетингтік коммуникацияда жетістікті технологияларды қолдану негізінде тұрақты тұтынушыларды анықтай отырып, пайданы арттыру	Бұл қағида пайданы көтеру мақсатында маркетингтік коммуникация құралдарын жаңалауға негізделеді
М. Вертгеймер	Холистикалық маркетинг	Компания басшысы, қызметкерлері мен нарықтағы тұтынушылар құрайтын әлеуметтік кеңістіктің және маркетинг қызметінің әр түрлі өкілеттіліктерінің бір көзқараста болуы	Компанияның және нарықтың барлық субъектілерінің көзқарастарын инновациялық тұжырымдамаға ұштастыру
Ескертпе – Зерттеулер негізінде авторлармен құрастырылған.			

Авторлар латералды маркетингті толық жүзеге асыру үшін тек жаңа тауарды дайындау жеткіліксіз екенін атап өтті және маркетинг маманына жаңа тауарды тұтынушының қолдануына дейін жеткізуді міндеттейді, әйтпесе жаңа тауар нарықта ешкімді таң қалдырмайды.

Маркетингтік тұрғыдан компанияның бәсекеге қабілеттілігі өнімнің бәсекеге қабілеттілігімен байланысты деп бағаланады. Ғалымдар М. Эрлих және Дж. Хайн пікірлері бойынша компанияның бәсекеге қабілеттілігі – өнімнің бәсекеге қабілеттілігіне тікелей тәуелді деп түсіндіреді [3].

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі оның нарықта ұсынылған аналогты өнімдермен салыстырғанда сатып алушылардың сұранысына толығырақ жауап беру қабілетін білдіреді және тиімді сату мүмкіндігін растайды. Осы орайда, инновациялық маркетингте брендинг және өнімді инновациялау мен қайта жайғастыру қағидалары үлкен мәнге ие.

Дамыған елдер тәжірибесінде брендинг маркетингтің дәстүрлі стратегиясына айналған. Нағыз бренд жарнамаға кеткен қаржыны үнемдейді, яғни тұтынушылар жарнамасыз компания немесе өнім жөнінде ақпаратты жақсы есте қалдырады [7].

Жай тауарға қарағанда бренд-тауарлар қандай да бір нақты қажеттілікті қанағаттандырмайды, бірақ тұтынушы құндылығын көтереді. Брендинг және инновация бір-біріне тәуелді түсініктер. Брендинг қандай-да бір компания үшін инновацияға көңіл бөлетін тұтынушылар ортасын қалыптастырады, ал екінші бір компания үшін инновация брендті қалыптастырады [8].

Бүгінгі таңда өнімді кемелденген кезеңінде қайта жайғастыру тәсілі инновациялық маркетинг тұрғысынан ерекше қызығушылықты туғызуда. Ғалымдар Э. Райс және Дж. Траут пікірлері бойынша тауарды кемелдену сатысында нарықтың басқа қатысушыларымен тікелей бәсекелестіктен құтылу мүмкін емес, соның салдарынан бәсекелестік стратегиясы да өзгереді. Бұл кезде инновациялық маркетингтің қайта жайғастыру тәсілін қолдануға болады [2].

Үрдіс қандай да бір өзгерістерге ұшырамаған бұрыннан бар тауарды жаңадан жайғастыруды білдіреді. Қайта жайғастыру бойынша инновацияның сәтті болуының маңызды шарттарының бірі тауардың жалпы имиджін, соның ішінде орамасын, марка атауын, жылжыту стратегиясын басқаларын өзгерту болып табылады. Мұндай жағдайда тұтынушыда нарықта бұрынғы тауарлардан ерекшеленетін толық жаңа пікір қалыптасады.

Әсіресе осы сатыда компания-новатор нарыққа түрлендірілген немесе абсолютті жаңа өнімді дайындайды немесе компания өнімді қайта жайғастырады. Өнімнің нарықтағы бәсекелік артықшылығын ұзақ мерзімде сақтап қалу үшін маркетинг іс-шараларына Т. Робертсонмен ұсынған өнімді инновациялау тәсілін кеңінен қолдануға болады. Аталмыш қағида салыстырмалы түрде шығынсыз, төмен тәуекел деңгейімен сипатталады, алайда нарықты терең зерттеуді және тұтынушылардың талғамын болжау дағдысын қажет етеді [1].

Келесі заманауи тәсіл интрамаркетинг, бұл ұғымның негізін қалаушы Жапонияның «Сейко» компаниясының ғылыми қызметкерлер тобы. Инновациялық маркетинг тәсілдемелері ішіндегі тиімді идеяларды ойлап табу және оны шешу жолдарын қарастыратын ойлау жүйесі

деп түсіндірді. Ресей ғалымы Уфимцев Р. Бұл тәсілді маркетинг тапсырмасын жетілдіру үшін ойлауға негізделген дәстүрлі маркетингтің дамуы деп түсіндіреді.

Интрамаркетинг компания үшін нарық жүйесінде жұмыс жасау барысында бизнеске қатысушы субъектілер арасында өзара қарым қатынасты талдауға мүмкіндік береді. Компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін интрамаркетингті қолдану, компанияда маркетингтік қызметте тиімді идеяны қалыптастыратын шығармашылық команда құрумен байланысты [4].

Келесі QFD әдісі, оны 1960 жылы жапон профессорлары Йоги Акао және Шигеру Мидзуно ұсынған. Тәсілдің мақсаты тұтынушылар құндылықты қажеттілігін анықтауға негізделеді, немесе оны QFD әдісі деп атайды (Quality Function Deployment). Сирек сұраныстағы ерекше тауарларды дайындаудағы ең үзік әдіс болып саналады. Ерекше сұраныстағы қажеттілікті анықтау үшін компания тұтынушының ұзақ мерзімді терең маркетингтік зерттеулер жүргізеді, нәтижесінде компания тұтынушының нақты дәл құндылықты қажеттілігін анықтап оны жоғары дәрежеде қанағаттандыра алады [3].

Осы әдісті ғалым М. Портерде ұсынған. Тұтынушылар құндылығын құру тәсілі инновациялық маркетингтің тұтынушыларға бағытталған тәсілдемесі, яғни құндылықты құратын және шығындарды генерациялайтын (шоғырландыратын), қызметтердің өзара байланыстарының тізбектерін жасақтауды ұсынады [1].

Инновациялық маркетингте максимаркетинг тәсілін ғалымдар С. Рэпп, Т.Л. Коллинз – мәмілені аяқтау үшін және клиентпен ұзақ мерзімдік қатынас орнату үшін сатып алушыларды іздеуге негізделген барлық маркетингтік коммуникацияны жетілдіру деп түсіндіреді.

Максимаркетингті белгілі әлеуетті тұтынушылар және клиенттермен сұрыпталған өзара әрекеттестік және оларды осы өзара әрекеттестікке белсенді түрде қатыстыруға итермелеу арқылы өткізуді және пайданы көтеруге бағытталған тікелей (интерактивті немесе интернет) маркетингтің стратегиясы ретінде қарастырады. Максимаркетинг замануи бұқаралық ақпарат құралдары мен электрондық технологиялар артықшылықтарын интенсивті қолдануға негізделген. Максимаркетинг үшін әлеуметтік тапсырыс берушіні тауып қана қоймай, болашағы бар клиентті табу маңызды, сонда ғана маркетингке кеткен шығынды өтеп алуға болады [5].

Инновациялық маркетинг теориясының қалыптасуындағы негізгі тұжырым – холистикалық маркетинг. Бұл тәсіл өзара байланысы мен кендігін есепке ала отырып, жоспарулаға, дайындауға және енгізуге негізделген маркетинг бағдарламасы, үрдісі және шараларын қамтиды. Холистикалық маркетингтің негізін қалаушы ғалым – М. Вертгеймер.

Оның идеясы – ұйымды бірлестік, құрылым және іс-құлықпен сипатталатын жүйе ретінде, бизнесті дұрыс түсіну үшін оны жекеден жалпыға емес, жалпыдан жекеге қарай қозғалу арқылы зерттеу қажеттілігі [7].

Холистикалық маркетинг келесі компоненттерден тұрады:

- а) әлеуметтік маркетинг;
- ә) қарым-қатынас маркетингі;
- б) біріктірілген маркетинг (сыртқы және ішкі маркетинг).

Дәстүрлі маркетингтегі схемалық түрде ойлауға қарағанда, холистикалық маркетинг – бұл маркетингтік қызметтің түрлі компетенциялары мен қиындықтарын айқындау және теңдестіруге тырысатын әдіс.

Компаниялар инновациялық маркетингтегі әлеуметтік маркетинг қағидаларына сүйенетін болса, өзінің бәсекелік артықшылықтарын айтарлықтай көтере алады. Әлеуметтік маркетинг ұйымның, тұтынушылардың және қоғамның мүдделерін келістіру және ұштастыру қағидасы ретінде қарастырылады. Ресей ғалымы С. Захаров әлеуметтік маркетингті мақсатты нарықтың мұқтаждықтары, қажеттіліктері мен мүдделерін бәсекелестерге қарағанда тиімді әдістермен тұтынушылар мен қоғамның мүддесін сақтап және бекіте отырып орнату және олардың қалаулы қажеттіліктерінің қанағаттануын қамтамасыз ету деп анықтайды.

Қарастырылатын қағиданың барлық анықтамалары құбылыстың әлеуметтік болмысын бөліп көрсетеді. Осылайша, әлеуметтік маркетинг – бұл қоғамның барлық мүшелерінің игіліктерін көтеру және қоршаған ортаны сақтай отырып, өнімдерді сатып алушылардың қа-

жеттіліктерін зерттеу, құру және оларды бәсекелестерге қарағанда тиімді әдістермен қанағаттандыру. Әлеуметтік маркетинг тұтынушылар мен кәсіпорындардың қажеттіліктері мен мүдделерін және қоғамның игіліктерін келістіру тетігі [6].

Зерттеушілер Д. Якобуч және Дж. Хаббард айтуынша, қазіргі заманғы экономикадағы өзара қатынас типтерін үлкен үш топқа бөлуге болады:

- ♦ ұйымдар арасындағы маркетингтік өзара қатынас (B2B);
- ♦ тұлға аралық коммерциялық өзара қатынас (IMR);
- ♦ компания мен клиент арасындағы маркетингтік өзара қатынас (B2C).

B2B қатынасы америкалық ғалымдары Морган және Хант сипаттағандай, ұзақ мерзімдік ынтымақтастыққа және серіктестестердің өзара жиі қатынасына бағытталған.

Өзара қатынас маркетингі теориясының дамуына үлес қосқан аталған зерттеушілер, сондай-ақ серіктестер арасында сенім орнату негізінде ұзақ мерзімдік ара қатынас орнату мен өзара әрекеттестікке берілу стратегиясын және өзара тәуелділікті түсінудің маңыздылығы туралы айтады.

Қатынас маркетингі – экономикалық жүйелер дамуының қазіргі заманғы кезеңіне тән маркетингтік теория мен әдістеменің эволюциялық шыңы. Қатынас маркетингі жүйесіндегі өзара қатынасқа түрлі компаниялар – нарық субъектілері, сондай-ақ ұйымдар (мемлекеттік, муниципалдық басқарушы құрылымдар) кіреді. Сонымен қатар жаһандану жағдайында түрлі жағрафиялық нарықтарда тіпті әр түрлі елдерде орналасқан субъектілердің өзара әрекеттестігі жеңілдей түседі [7].

Америкалық ғалым және кәсіпкер Дэвид Паккард біріктірілген маркетингі (сыртқы және ішкі маркетинг) тиімді маркетинг деп түсіндірген. Егер компания өз міндетінде шығындарды оңтайластыру және кірістерін жоғарылату тапсырмаларын қарастырса, онда біріктірілген маркетинг технологиясын қолданады. Біріктірілген маркетинг сыртқы және ішкі маркетинг қағидаларын бір стратегияға жинақтайды және екі жағдаятта негізделген: біріншіден – компания қызметінің тиімділігіне жету үшін барлық маркетинг кешенін (4P) бірегей етіп ұштастыру, екіншіден – компанияны басқару жүйесін интеграциялау, яғни тұтынушыны жоғары деңгейде қанағаттандыру мақсатында сұранысты пен ресурстарды, қаржыны және серіктестік байланыстарын басқару [8].

Ішкі маркетинг – компанияның барлық қызметкерлеріне маркетинг қағидаларын қолдануға бағытталады және келесі ұстанымдарды қолдануды талап етеді: маркетинг мамандарын білікті іріктеу; маркетинг қызметі бөлімін жеке дара қағидаларға сай бөлу; стратегиялық мақсаттарға сай маркетинг қызметін үйлестіру; маркетинг мамандарының біліктілігін әрдайым арттыру; компанияның мақсатты құжаттарына маркетинг қағидаларын енгізу; тұтынушы талабын жоғары деңгейде қанағаттандыру мақсатында барлық бөлімшелердің қызметін біріктіру [5].

Сыртқы маркетинг – клиенттер, сатып алушылар және тұтынушылар арқылы маркетинг шешімдеріне бағытталған маркетинг түрі. Кез-келген компания пайда табу үшін сыртқы ортаның факторлары клиенттерді, олардың талғамын, бәсекелестерге көзқарасын, төлем қабілеттілігін меңгеруі тиіс. Сыртқы маркетингтің формуласы қанағаттанған клиент және сол арқылы пайда табу. Компания мен клиент арасындағы алшақтықты қысқарту арқылы компания маркетинг құралдарының көмегімен инновациялық өнімге сұранысты ынталандырады.

Компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін дамыған елдердің тәжірибесінде кез-келген қолданысқа ие инновациялық маркетингтің ғылыми тәсілдемелерін талдаудан кейін компанияда инновациялық маркетингті қолдану тұжырымдамасын келесідей сипаттауға болады (сурет 1, б. 65).

Бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін инновациялық маркетингтің тәсілдеріне зерттеу жүргізу барысында, олардың мәні және оны тәжірибеде қолдану күрделілігі бойынша өзара бір-бірінен ерекшеленетіні белгілі болды.

Қорытындылай келе, зерттеулер нәтижесінде авторлармен анықталған бәсекеге қабілеттілікті арттыруға бағытталған инновациялық маркетингтің ғылыми тәсілдерінен қажетті деп таныған тәсілді отандық компанияларда қолдану инновациялық маркетинг құралы болады деп тұжырымдай аламыз.



Сурет 1 – Компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға иновациялық маркетингі қолдану тұжырымдамасы

Ескертпе – Авторлармен құрастырылған.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг. Менеджмент. Серия «Классический зарубежный учебник». – 14-е изд. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
- 2 Симачев Ю.В. Направления и факторы реформирования промышленных предприятий // Экономический журнал ВШЭ. – 2011. – № 3. – С. 328–347.
- 3 Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. И. Минервина. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 454 с.
- 4 Скоробогатых И.И., Баймбетова А.А. Инструменты инновационного маркетинга инвестиционно-строительных компаний на первичном рынке жилой недвижимости Казахстана // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2014. – № 1. – С. 44–53.
- 5 Котлер Ф., Фернандо Триас де Бес. Латеральный маркетинг: учебник. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 208 с.
- 6 Абдульманов И.М. Экономическая конкурентоспособность хозяйствующих субъектов: автореферат дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. – Казань, 2007. – 20 с.
- 7 Лейни Т., Семенова Е., Шилина С. Бренд-менеджмент: учебник. – М.: Дашков и К, 2008. – 228 с.
- 8 Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга: пер. с англ. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2013. – 251 с.

Аннотация

В статье обоснована необходимость применения научных подходов инновационного маркетинга для повышения конкурентоспособности экономики. На сегодняшний день главная цель нашей экономики – к 2050 г. повысить конкурентоспособность страны и создать развитую экономику. Среди развивающихся стран конкуренция за это место будет жесткой. В соответствии с планом вхождения страны в число тридцати развитых стран и программами форсированного индустриально-инновационного развития главной целью является повышение конкурентоспособности отечественных компаний и укрепление их конкурентных позиций на внутреннем и внешнем рынках. В решении данного вопроса наряду с государственной поддержкой важное значение имеет внедрение инноваций в хозяйственную деятельность отечественных компаний, в том числе маркетинговых. Опыт развитых стран показывает, что от 70 до 85% роста ВВП приходится на новые или усовершенствованные технологии. Нахождение в одном ряду с ведущими государствами и достижение высокого уровня благосостояния населения должно осуществляться посредством повышения конкурентоспособности инновационных продуктов и их оптимального продвижения на рынке с помощью современных средств маркетинга. На сегодняшний день конкурентоспособность казахстанской экономики в целом зависит от мероприятий по постоянному внедрению инноваций в производство отечественными компаниями в различных отраслях промышленности.

Ключевые слова: маркетинг, инновации, перепозиционирование, латеральный маркетинг, брендинг, интрамаркетинг, максимаркетинг, холистический маркетинг, конкурентоспособность экономики.

Abstract

The article substantiates the need for applying scientific approaches of innovative marketing to improve competitiveness. Today, the main and difficult goal of our economy is to increase the competitiveness of the country and the form of a developed economy by 2050. Competition among developing countries for this place will be fierce. In accordance with the plan of entering the thirty developed countries and programs of forced industrial and innovative development, the main goal is to increase the competitiveness of domestic companies and strengthen their competitive positions in the domestic and foreign markets. In addressing this issue, along with state support, it is important to introduce innovations into the economic activities of domestic companies, including marketing. The experience of developed countries shows that new or improved technologies account for 70 to 85 per cent of GDP growth. Being on a par with the leading states and achieving a high level of welfare of the population should be carried out by increasing the competitiveness of innovative products and their optimal promotion on the market with the help of modern marketing tools. To date, the competitiveness of the Kazakh economy as a whole depends on measures for the constant introduction of innovations in production by domestic companies in various industries.

Key words: marketing, innovations, repositioning, lateral marketing, branding, intramarketing, maximarketing, holistic marketing, economy competitiveness.

МРНТИ 06.81.55
УДК 338.24

М.Т. ДАВЛЕТОВА,¹
к.э.н., доцент.
Ж.Б. ДЖУМАДИЛДАЕВА,¹
PhD.
Т.А. АСАНОВА,¹
ст. преподаватель.
Р.Е. ТАРАКБАЕВА,¹
к.т.н., доцент.
Университет «Туран»¹

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «КАЗАХТЕЛЕКОМ»

Аннотация

Статья посвящена совершенствованию маркетинговой деятельности АО «Казакхтелеком». Авторы приводят конкретные практические рекомендации по оптимизации работы отдела маркетинга и внедрению проекта «Умный дом». Предлагается создать в структуре департамента маркетинга отдел SMM-продвижения, который занимался бы интернет-продвижением телекоммуникационных услуг компании в социальных сетях и будет состоять из трех человек – начальника отдела и двух менеджеров. Необходимо организовать новый канал коммуникаций с клиентами посредством чат-ботов в мессенджерах. SMM-продвижение включает ведение официальных аккаунтов компании в Facebook, Instagram, Tweeter, Telegram, My mail и др., размещение таргетированной, контекстной и других видов рекламы в сети интернет, обновление контента на официальных площадках компании, проведение креативных конкурсов и иных видов активностей в онлайн-сетях, ответы на запросы пользователей и пр. Компании «Казакхтелеком» предлагается расширить перечень услуг «умного дома» – комплексного мониторинга и управления безопасностью в квартире, доме или в офисе посредством приложения на мобильном устройстве. Проект включает комплекс технологий и сервисов для безопасной, экономичной и комфортной жизни в доме. С этой целью предлагается базовый комплект оборудования, сервисное обслуживание, продвижение услуги в СМИ и интернете, обучение персонала, соответствующие каналы сбыта и тарифный план. Система обладает широкими возможностями и преимуществами, которые, несомненно, выгодны потребителям.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, телекоммуникационные услуги, умный дом, SMM-продвижение, социальные сети.

Рынок M2M и интернета вещей являются одной из главных областей роста телекоммуникационных операторов в ближайшей перспективе, требующей пересмотра и трансформации как технологических подходов, так и бизнес-моделей операторов. Но не менее важно изменить сознание и стереотипы людей, потребителей услуг.

Только представьте себе, что вы едете с работы домой, тем временем ваш автомобиль или мобильный телефон передает сигнал, и ваш «умный дом» уже готов встречать своего хозяина: отопление включено, пол подогрет, теплая ванна набрана, ужин готовится... Всего несколько лет назад это казалось фантастикой. Сегодня с развитием технологии интернета вещей (IoT) и M2M (machine-to-machine) будущее становится все ближе.

В США и Европе устройства для умного дома уже стали привычными для людей, вроде телефона: лампы и розетки с подключением к интернету теперь есть практически в каждом доме. Бытовые приборы с приставкой «смарт» появляются в нашем быту все чаще: смартфон, смартТВ, смартхолодильники и другие «умные» гаджеты. В Казахстане концепция Smart home пока не получила широкого распространения, но рынок и спрос уже формируются.

У компании «Казакхтелеком», предоставляющей полный цикл телекоммуникационных услуг, есть большие перспективы завоевать рынок «умных домов» и «умных офисов». На сегодняшний день компания способна обеспечить комплексный подход к организации работы: канал связи, специальное оборудование, а также достойный уровень сервиса [1].

АО «Казакхтелеком» уже предоставляет услугу облачного видеонаблюдения, которая дает возможность пользователям сделать свои офисы и дома более безопасными. Абонент может дистанционно, с помощью приложения в режиме реального времени наблюдать за тем, что происходит у него дома или в офисе. Предприятию нужно идти дальше и расширить спектр услуг для «умного дома» или «умного офиса».

Концепция «умного дома» представляет собой комплексное решение мониторинга и управления безопасностью в квартире, доме или в офисе посредством приложения на мобильном устройстве.

«Smart home» – это система современных технологий для безопасной, экономичной и комфортной жизни в доме.

Основные возможности системы:

- ♦ мониторинг событий в помещении абонента посредством IP-видеокамеры и набора датчиков, через мобильное приложение на смартфоне в режиме реального времени. Приложение доступно на платформах Android, iOS;

- ♦ получение и сбор информации от установленных датчиков с push-уведомлением о случившихся событиях и архивом по событиям;

- ♦ в дальнейшем появится возможность составления сценариев управления набором датчиков и IP-видеокамерой;

- ♦ возможность локального сохранения видеоданных на компьютере [2].

Целевой сегмент продукта:

- ♦ абонент – собственник, арендатор квартиры/дома;

- ♦ пользователь – семья, которой необходимо обеспечить безопасность в доме, включая:

- 1) наблюдение за домочадцами (к примеру, дети, пожилые родители);

- 2) мониторинг сохранности недвижимости и его имущества;

- ♦ клиент должен быть подключен к услугам широкополосного доступа сети интернет от «Казакхтелеком».

Базовый комплект оборудования будет включать одну IP-видеокамеру и набор из датчиков движения, открытия дверей и окон, сенсоры температуры и влажности, датчик задымления (сирена), датчики протечки газа, протечки воды, умные розетки. По желанию абонента может быть установлен дополнительный набор камер и датчиков.

Чтобы подключить услугу «умный дом», клиенту необходимо подать заявление в пунктах собственной сети сервиса АО «Казакхтелеком».

Сервисное обслуживание. Техническая поддержка абонентов будет производиться в следующем порядке: пользователь обращается в центральное бюро ремонта АО «Казакхтелеком» (ЦБР) по номеру 160. Сотрудники ЦБР производят тестирование линий и первичную диагностику средствами измерения. Если проблема не была решена силами центрального бюро ремонта, то специалисты выезжают и выполняют работы на стороне абонента.

Методы продвижения:

- ♦ размещение рекламы в личном кабинете: <http://telecom.kz>;

- ♦ реклама в социальных сетях (Facebook, Instagram tweeter, telegram);

- ♦ реклама в средствах массовой информации;

- ♦ контекстная реклама в поисковых системах;

- ♦ презентации в пунктах продаж;

- ♦ баннерная реклама на порталах общества;

- ♦ продвижение через КСК.

Абонентская плата за пользование услугой представлена в таблице 1 (стр. 69).

Каналы сбыта:

- 1) личный кабинет абонента iD Port;

- 2) дилерская сеть;

- 3) пункты сети сервиса;

- 4) центры активных продаж в филиалах;

- 5) контакт-центр;

- 6) продажи внутри компании.

Таблица 1 – Тарифный план услуги «умный дом»

Оборудование, которое предоставляет клиенту АО «Казхателеком»	Абонентская плата
Контроллер – 1 шт. Видеокамера – 1 шт. Датчик дыма (сирена) – 1 шт. Датчик движения – 1 шт. Датчик открытия дверей/окон – 1 шт. Датчик протечки газа – 1 шт. Датчик протечки воды – 1 шт. Умные розетки – 1 шт.	3 500 тенге
Примечание – Составлено авторами на основании источника [1].	

Для более качественного обслуживания клиентов и предоставления высокого уровня сервиса рекомендуется провести следующие мероприятия:

- ♦ необходимо провести обучение персонала точек продаж компании, дилеров, партнеров преимуществам услуги Smart Home.

- ♦ обучить технический персонал инсталляции услуги, тестированию, диагностике.

- ♦ работникам фронт-офисов рекомендуется ставить в известность покупателей услуги iD Net/Megaline и пакетов услуг о наличии продукта, ссылаясь на порталы и сайты, содержащие более подробную информацию.

В целях оптимизации деятельности департамента маркетинга, на наш взгляд, целесообразно передать функционал по продвижению услуг компании в сети интернет из службы по связям с общественностью центрального аппарата в департамент маркетинга дивизиона по розничному бизнесу. Предлагаемый нами новый отдел SMM-продвижения в структуре департамента маркетинга будет состоять из трех человек – начальника отдела и двух менеджеров.

Маркетинговые коммуникации в социальных сетях имеют большие преимущества как перед другими инструментами онлайн-маркетинга, так и перед традиционными рекламными средствами.

Особенности SMM-продвижения:

- ♦ прямая коммуникация с целевой аудиторией;
- ♦ отслеживание реакции пользователей в постоянном режиме настоящего времени;
- ♦ ежедневный и непосредственный контакт с целевыми потребителями;
- ♦ большой резонанс при успешности кампании по относительно низкой стоимости продвижения (желание пользователей делиться информацией, распространять посты о бренде);
 - ♦ оперативность;
 - ♦ широкий охват целевой аудитории;
 - ♦ наращивание онлайн- и офлайн-активности в социальных медиапродуктах (постоянный постинг в ленте);
 - ♦ использование таргетированной рекламы;
 - ♦ возможность использования нестандартных интерактивных форматов;
 - ♦ событийный маркетинг [3].

Основные функции предлагаемого отдела SMM-продвижения

Начальник отдела:

- ♦ разработка стратегии SMM-продвижения компании в сети интернет;
- ♦ осуществление всех видов координационных работ, связанных с эксплуатацией официальных аккаунтов компании в социальных сетях;
 - ♦ координация работы по ведению SMM в онлайн-сетях, форумах, блог-платформах;
 - ♦ контроль над своевременным обновлением контента, актуализацией, оперативной обработкой данных, модерацией и организацией обратной связи;
 - ♦ разработка концепции, сценарных планов документальных фильмов, дневников мероприятий, видеороликов о деятельности компании;
 - ♦ обеспечение организации съемочного процесса;

- ♦ распределение зон ответственности по каждому проекту;
- ♦ сбор, анализ и корректировка информационного поля с подготовкой аналитического отчета.

Менеджер 1:

- ♦ разработка и обновление контента на официальных площадках компании в соцсетях;
- ♦ разработка и проведение креативных идей конкурсов и иных видов активностей в онлайн-сетях;
- ♦ обеспечение дизайнерской группы техническим заданием по изготовлению визуалов для визуализации новостей, рубрик, изменению дизайна оформления страниц компании в соц-сетях, обеспечение контроля над исполнением;
- ♦ размещение таргетированной, контекстной и других видов рекламы в сети интернет.

Менеджер 2:

- ♦ мониторинг, анализ, адаптация ответов на вопросы посетителей официальных блог-платформ;
- ♦ модерация и организация обратной связи на официальных площадках компании и в социальных сетях: сбор вопросов, взаимодействие с ответственными подразделениями, направление запросов;
- ♦ подготовка ответов на запросы пользователей онлайн-сетей и их обработка;
- ♦ проведение работ по сбору информации внутри компании и ее обработке.

Налаживание обратной связи с клиентами на официальных площадках компании в социальных сетях очень важно, ведь недовольный клиент может превратиться в потенциального клиента конкурентов.

Сегодня сложно представить свою жизнь без сетей интернет и мессенджеров, тем более что основная часть платежеспособного населения предпочитает использовать более современные средства коммуникаций.

Именно поэтому необходимо организовать новый канал коммуникаций с клиентами посредством чат-ботов в мессенджерах. У данного канала коммуникаций есть ряд преимуществ:

- ♦ заменяет первую линию технической поддержки;
- ♦ освобождает сотрудников от множества рутинных операций, таких, как ответы на частые вопросы;
- ♦ не нужно, чтобы круглосуточно дежурил менеджер;
- ♦ ускоряет ответы клиентам, делает удобнее обмен данными с ними;
- ♦ правильно настроенный чат-бот мгновенно может достать из базы данных информацию о той или иной услуге;
- ♦ возможность проведения опросов и конкурсов;
- ♦ возможность оповещать клиентов о проходящих акциях или новостях.

Преимущества от настройки канала для обмена сообщениями с абонентами в WhatsApp будут состоять в следующем:

- ♦ оператор видит все диалоги всех мессенджеров и из всех интернет-сетей в едином окне;
- ♦ с одного и того же номера WhatsApp или Viber могут работать несколько операторов, можно разграничивать их права доступа в системе;
- ♦ есть функции отчетности, сбора статистики и скачивания картинок и документов;
- ♦ ни одно клиентское обращение не теряется, все они будут обработаны [4].

Чтобы перейти в чат, абоненту нужно будет просто перейти по ссылке со страницы соцсети или сайта компании.

Работа отдела SMM-продвижения позволит более активно рекламировать телекоммуникационные услуги предприятия с использованием современных популярных интернет-ресурсов и при минимальных финансовых затратах.

Таким образом, предлагаемые рекомендации будут способствовать совершенствованию маркетинговой деятельности АО «Казакхтелеком», более эффективному продвижению телекоммуникационных продуктов компании, привлечению внимания потенциальных потребителей, увеличению объема реализации услуг связи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Официальный сайт АО «Казактелеком» / Другие услуги / Умный дом: // www.telecom.kz Умный дом // <https://iot.ru/wiki/umnyy-dom>.
- 2 Умный дом: // <https://iot.ru/wiki/umnyy-dom>.
- 3 Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М.: Юрайт-Дана, 2017. – 278 с.
- 4 Чат-боты для WhatsApp: // <https://integrus.ru/blog/chatbot-whatsapp.html>.

Аңдатпа

Мақала «Қазактелеком» АҚ маркетингтік қызметін жетілдіруге арналған. Авторлар маркетинг бөлімінің жұмысын оңтайландыру және «Ақылды үй» жобасын іске асыру бойынша нақты тәжірибелік ұсыныстар береді. Әлеуметтік желілерде компанияның телекоммуникациялық қызметтерін интернет-жылжытумен айналысатын маркетинг департаменті құрылымында SMM жылжыту бөлімін құру ұсынылады, оның құрамына үш адам – бөлім бастығы және екі менеджер кіреді. Жедел хабар алмасу желісіндегі чат боттары арқылы клиенттермен байланыстың жаңа арнасын ұйымдастыру қажет. SMM жылжыту Facebook, Instagram, Tweeter, Telegram, My mail және т.б. компанияның ресми аккаунттарды жүргізуді, интернетте мақсатты, контекстік және басқа жарнамаларды орналастыруды, компанияның ресми сайттарындағы мазмұнды жаңартуды, әлеуметтік желілерде конкурстардың және басқа да қызмет түрлерінің шығармашылық идеяларын жүргізуді, пайдаланушылардың сұрауларына жауаптарды және т.б. қамтиды. «Қазактелеком» компаниясы «Ақылды үй» қызметтерінің тізімін, яғни ұялы құрылғыдағы қосымша арқылы пәтерде, үйде немесе кеңседе қауіпсіздікті бақылау мен басқарудың кешенді шешімін кеңейтуді ұсынады. Жоба үйде қауіпсіз, үнемді және жайлы өмір сүруге арналған бірқатар технологиялар мен қызметтерді қамтиды. Бұл үшін жабдықтардың негізгі жиынтығы, сағудан кейінгі қызмет, БАҚ-та және Интернетте қызметтерді жылжыту, қызметкерлерді оқыту, тиісті тарату арналары және тарифтік жоспар ұсынылған. Жүйенің кең мүмкіндіктері мен артықшылықтары бар, олар тұтынушылар үшін пайдалы.

Тірек сөздер: маркетинг қызметі, телекоммуникация қызметтері, ақылды үй, SMM жылжыту, әлеуметтік желілер.

Abstract

The article is devoted to improving the marketing activities of JSC “Kazakhtelecom”. The authors provide specific practical recommendations for optimizing the work of the marketing department and the implementation of the “Smart Home” project. It is proposed to create an SMM promotion department in the structure of the marketing department, which would be engaged in the Internet promotion of telecommunications services of the company in social networks, and which will consist of three people – the head of the department and two managers. It is necessary to organize a new channel of communication with customers through chat bots in instant messengers. SMM promotion includes maintaining official company accounts on Facebook, Instagram, Tweeter, Telegram, My mail etc.; placement of targeted, contextual and other types of advertising on the Internet; updating content on official sites of the company; conducting creative ideas of contests and other types of activities in social networks; answers to users’ requests, etc. Kazakhtelecom is recommend to expand the list of “Smart Home” services – a comprehensive solution for monitoring and managing security in an apartment, house, or office through an application on a mobile device. The project includes a range of technologies and services for a safe, economical and comfortable life in the house. For this purpose, a basic set of equipment, after-sales service, promotion of services in the media and the Internet, staff training, appropriate distribution channels and a tariff plan are offered. The system has wide facilities, and advantages, which are undoubtedly beneficial to consumers.

Key words : marketing activities, telecommunications services, smart home, SMM promotion, social networks.

ГТАХР 06.81.55
ӘОЖ 338.1

А.Т. БЕКНАЗАРОВА,¹
э.ғ.к., профессор.
Қ.Ж. ЕЛШІБЕКОВА,¹
магистр.
«Тұран» университеті¹

ЖАРНАМА ҚЫЗМЕТІНІҢ ДАМУЫ ЖӘНЕ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Андатпа

Авторлар өз жұмысында Қазақстан Республикасындағы жарнамалық қызметтің дамуын, оны шет елдердегі жарнамалық бизнестің эволюциясымен салыстыра отырып, талдайды. Жарнама кез келген құралдардың көмегімен таратылатын және орналастырылатын белгілі бір адамдар тобына арналмаған және жеке немесе заңды тұлғаға, тауар белгілеріне, жұмыстарға, көрсетілетін қызметтерге қызығушылықты қалыптастыруға немесе қолдауға арналған және оларды өткізуге ықпал ететін ақпарат. Жарнама мақсаттарына қол жеткізу белгілі бір міндеттерді қою және жарнама берушілер таңдаған тиісті функцияларды іске асыру арқылы жүзеге асырылады. Жарнаманың міндеттері арасында ақпарат беру, көбейту, ескерту, ұстанымдау, ұстап қалу, имидждеу көрсетеді, ал жарнаманың маңызды функциялары: экономикалық, әлеуметтік, идеологиялық, маркетингтік және коммуникациялық. Маркетингтің маңызды құралы ретінде жарнаманың экономикалық функциясының мәндеріне назар аударылды. Қазақстан Республикасының нормативтік құқықтық актілеріне сәйкес жарнама саласындағы мемлекеттік реттеу мәселелері ашылады. Жарнама саласындағы мемлекеттік реттеудің негізгі мақсаты: ұлттық мүддені қорғау; жөнсіз жарнаманың, сондай-ақ қоғамдық құндылықтар мен жалпы қабылданған мораль мен имандылыққа қол сұғатын жарнаманың алдын алу мен тоқтату; жо-сықсыз бәсекелестіктен қорғау. Бүгінгі күні мамандардың жарнаманың базалық технологиясын ғана емес, бәсекеге қабілеттіліктің жоғары дәрежесімен фирмалық өнімді жасау және жылжыту үшін брендингтің соңғы жетістіктерін пайдалану қажет.

Тірек сөздер: жарнамалық қызмет, ақпараттандыру, ұстанымдау, маркетингтік зерттеулер, коммуникациялар, мемлекеттік реттеу, брендинг.

Қазақстан Республикасында жүріп жатқан демократияландыру мен жаңару процесі барлық саяси, экономикалық және әлеуметтік институттарға әсерін тигізді. XXI ғасыр жүзжылдығының екінші он жылдығында еліміз қазақстандық зерттеушілердің көпшілігінің пікірінше қоғамдық өмірдің барлық саласындағы қарқындылық пен сапалық өзгерістермен ерекшеленетін кезеңінде тұр. Нарықтық қатынастарды дамытуға, сондай-ақ сыртқы экономикалық саладағы ұйымдар мен кәсіпорындардың қызметін ынталандыру және реттеуге бағытталған заңдар мен қаулылар қабылданды. Ішкі нарыққа бағытталған жарнамалық қызмет аймақта тәуелсіз елдердің құрылуымен маңызды салаға айналуда. Экономикалық байланыстарды нығайтумен халықаралық сипатқа ие өзара жарнамалық ақпараттану талап етілетін өзара қарым-қатынастардың қарқындылығы дамуда.

Бұл жағдайда жарнама рөлінің маңыздылығы артады. Экономиканы үдетуге, нарықтық тәртіпті нығайтуға бағытталған бағдар, әлеуметтік мәселелерді шешудің аса қажеттілігі, шығарылатын өнімнің сапасын көтеру мен түрін ұлғайту жарнама қызметінде нақты міндеттерді белгілеп берді. Жарнама саласында қызмет жасайтын мамандарға өздерінің кәсіби біліктілігін арттыру, көптеген ұйымдастырушылық, кадрлық және өндірістік міндеттерді шешу, жарнамалық-бұқаралық және ақпараттық қызметтің жаңа тиімді түрлерін табу қажет болды.

Қазіргі уақытта қазақстандық зерттеушілер жарнаманы ақылы, бір бағытты, бұқаралық ақпарат құралдарының (БАҚ) және коммуникацияның басқа түрі арқылы жарнама берушінің тұтынушыға өзінің мақсатын орындату болып табылатын жалпы қатынас түрі деп анықтама береді. Қазақстан Республикасының «Жарнама туралы» Заңына сәйкес жарнама кез келген құралдардың көмегімен таратылатын және орналастырылатын белгілі бір адамдар тобына арналмаған және жеке немесе заңды тұлғаға, тауар белгілеріне, жұмыстарға, көрсетілетін қызметтерге қызығушылықты қалыптастыруға немесе қолдауға арналған және оларды өткізуге ықпал ететін ақпарат [1].

Жарнаманың негізгі мақсаты жарнама берушінің тілегін тұтынушыға орындату (тұтынушыны тауарды сатып алуға, қызмет түрін пайдалануға сендіру, фирманы белгілі етіп жарнамалау, саяси қайраткердің атақтылығын арттыру, аудиторияға әлеуметтік маңызды ойларды жеткізу және т.б.). Жарнама мақсаты нақты міндеттерді белгілеу мен жарнама берушілер таңдаған қызмет түрлерін жүзеге асыру арқылы орындалады. Қазіргі экономикалық жағдайда зерттеушілер жарнаманың негізгі төрт қызметін атап көрсетеді: экономикалық, әлеуметтік, маркетингтік және коммуникациялық. 1-кестеде жарнаманың міндеттерін, қызметін топтап көрсетеміз.

Кесте 1 – Жарнаманың негізгі міндеттері мен қызметі

Жарнаманың міндеттері	Жарнаманың қызметі
Ақпараттану – жаңа тауар, нақты оқиға, фирма туралы хабардар болу, біліктілікті қалыптастыру	Экономикалық – өркениетті нарықты дамыған жарнамасыз қалыптастыру мүмкін емес, ол экономикалық өсу мен дамуға мүмкіндік береді
Насихаттау – тұтынушының фирма бейнесі мен оның тауарларын қабылдау арқылы ықыласын жалғасты, кезеңмен қалыптастыру; сатып алушыны тауарды сатып алуға сендіру; сатып алуды ынталандыру	Әлеуметтік – жарнамалық ұсыныстар тұтас аудиторияны нақты тұтынушылық мінез-құлық пен таңдауларға баулиды
Еске салу – хабардар болушылық, сатып алулар аралығында тұтынушының жадында тауар туралы ақпаратты ұстап тұру; аталған тауарды қай жерден сатып алу туралы ескерту	Идеологиялық – нақты танымдық сипаты бар қоғам жасауға ұмтылады, жаңа идеологиялық құндылықтарды енгізеді, мысалы байлық пен әлауқаттың негізі ретінде азаматтардың жеке меншіктік құқығы, еңбек сүйгіштігі
Тауардың немесе фирманың нарықтағы жайғасымдылығы	Маркетингтік – маркетингтік қызметтің негізгі құралы және маркетинг кешенінің негізгі міндеттері мен мақсатын орындауға тәуелді
Жарнамалаушы маркаға ынталы сатып алушыларды ұстап қалу	Коммуникативтік – жарнама берушіден тұтынушыға ақпарат беру әдісі болып табылады, олардың арасындағы коммуникативті тізбек.
Фирма бейнесін қалыптастыру, бәсекелестер бейнесінен ерекшелену.	басқалар
Ескертпе – Авторлар дереккөз бойынша дайындады [1].	

1-кестенің негізінде келесіні атап өтеміз: маркетингтің негізгі құралы ретіндегі жарнаманың экономикалық қызметі сатуды ынталандыру мен белгілі бір уақыт мөлшерінде нақты өнімді сатудан түскен табыс мөлшерін ұлғайту болып табылады.

Жарнама адамның тауарға және қызмет түріне қажеттілігін қалыптастырады, ақпарат береді және оны сатып алуға сендіреді. Жарнамаға неғұрлым көп адам ықылас білдірсе, соғұрлым жарнамалаудың экономикаға және қоғамның экономикалық әл-ауқатына деген пайдасы жоғарылайды, себебі өндіріс көлемінің өсуі жалпы ұлттық өнімнің мөлшері, еңбекке қабілетті тұрғындардың еңбекпен қамтылуы және мемлекеттік қазынаға түсетін салық көлемі тәрізді негізгі макроэкономикалық көрсеткіштермен тығыз байланысты.

Жарнама өзінің әлеуметтік қызметінің өнеркәсібі дамыған мемлекеттерде және экономикалық дамуы жеке басымдық ретінде көрінетін мемлекетте де табысты орындайды. Алайда жарнаманың маңызды әлеуметтік қызметінің жүзеге асырылуы туралы бұлай айтуға болмайды. Жарнамалық ұсыныстар адамға өзін қоғамның бір бөлшегі ретінде сезінуіне, ең жақсыны қолдануына, жұмысқа деген құлшынысын оятуға, жоғары өнімділікпен жұмыс жасауына көмектеседі. Яғни жарнаманың осы қызметі негізінде үш «идеологиялық» қызметін атап өтуге болады: ұлттық құндылықтарға баулу; «ортадан жоғары» өмір деңгейі мен салтын насихаттау; тұтынушы мәдениетін тәрбиелеу. Бұқаралық қоғамдық және жеке тұлғаның санасын қалыптастырудағы жарнамалық ақпараттың (оның көптігі мен әртүрлілігі) маңыздылығы мен үлесін жокқа шығаруға болмайды. Тұтынушыларға арналған белгілі бір өнімді жарнамалауға арналған жарнама: а) адамдар санасына идеялық құндылықтарды енгізу мен қалыптастыруға мүмкіндік бере отырып, нәтижесінде қоғамдық қатынастар сипатына белгілі бір әсер етеді; б) адамдардың

материалдық әл-ауқаты деңгейін көтеруге шақыра отырып, олардың тұтынушылық түйсігін оятады; в) тұтынушылардың патриоттық сезімдеріне әсер етеді, оларды бірінші кезекте отандық өнімді сатып алуға үндейді [2].

Жарнаманың маркетингтік қызметін оның экономикалық қызметімен теңдестіру қателік болар еді, алайда олар бір-бірімен үндес. Жарнама саласындағы танымал мамандар жарнаманың маркетингтік қызметін жеке дара бөліп алып қарастырады. Жалпы алғанда жарнама ісі маркетингтің маңызды бөлігі немесе өнімді өткізу механизмі болып табылады. Мұндай механизмнің құраушы бөліктері: сатуды ынталандыру, паблик рилейшнз және жеке сатулар. Жарнамалық қызмет тұтастай алғанда маркетинг міндеттеріне бағынышты, ал оның түпкі мақсаты сатып алушының тауарлар мен қызмет түрі бойынша қажеттіліктерін толық қанағаттандыру. Бұл жолдағы аралықты міндет жоғарыда аталған өнімді өткізуге жатады. Бірақ бұл міндетті тиімді жарнамасыз табысты түрде жүзеге асыру мүмкін емес.

Жарнама коммуникацияның ерекше түрінің бірі болып табылады. Жарнама беруші нақты маркетингтік міндеттерді орындау үшін нарыққа тиімді жарнамалық өнімді ұсынуы қажет. Осыған байланысты өзіндік ерекшеліктері бар жарнамалық ұсыныс нарықтық құрал ретінде маркетингтік коммуникациялар жүйесінің бөлшегі қызметін атқарады. БАҚ-тағы жарнамадан тікелей маркетингтік акциялардың ерекшелігі тұтынушыға ұсынылатын тауардың (қызмет түрінің) айрықшылықтары туралы ақпарат беру, тұтынушыны нақты бір сауда маркасына қатысты хабардар ету, жағымды пікір қалыптастыру ғана емес, тұтынушыны жарнамаланатын тауарды, затты (қызмет түрін) сатып алу бойынша нақты іс-әрекетке ынталандыру. Сондай-ақ соңғы онжылдықта жарнама оқшау қаралып жүрген жоқ, ол тауарды өнім өндірушіден тұтынушыға жеткізу каналдары мен құралдарының кешені ретінде қаралып жүр. Ғылыми әдебиетте осы мақсаттар үшін «маркетингтік коммуникациялар кешені» немесе «біріктірілген маркетингтік коммуникациялар» термині қолданылады [3].

Таратылу, орналастырылу құралы мен түрінен тыс жарнама наным-сенімді, арнайы білімсіз немесе арнайы құралдарды қолданусыз танымал болуы керек. Мерзімді баспасөз өнімдерінен басқа Қазақстан Республикасы аумағында жарнамалық өнім мемлекеттік және орыс тілінде, сондай-ақ жарнама берушінің қалауымен басқа тілдерде беріледі. Жарнама мазмұнын бір тілден келесі тілге аударуда оның негізгі мазмұны бұрмаланбауы тиіс. Теледидардағы және радиодағы жарнама мемлекеттік тілде эфирге шығуы бойынша күні бойына берілуі керек. Мерзімдік баспасөз өнімдеріндегі жарнама бұқаралық ақпарат құралдарын тіркеу туралы куәлікте бекітілген тілде таратылады. Егер жарнама беруші жүргізетін қызмет түрі лицензиялауға жататын болса, тауардың (қызмет түрінің) жарнамасында, сондай-ақ жарнама берушінің жарнамасында лицензия нөмірі мен радиодағы жарнамадан басқа лицензия беруші органның атауы көрсетілуі қажет.

Жарнама конституциялық құрылымды күштеп өзгерту, Қазақстан Республикасының тұтастығын бұзу, мемлекет қауіпсіздігіне қатер төндіру, әлеуметтік, нәсілдік, ұлттық, діни, сословиелік және туыстық алауыздықты өршіту, қатыгездік пен зорлық-зомбылықты, порнографияны насихаттау мен үгіттеуге, сондай-ақ Қазақстан Республикасының мемлекеттік құпиясын құраушы ақпаратты және басқа да заңмен қорғалатын мәліметтерді жарнама жасауға қолданылмауы керек. Жарнамалық ұсыныстар қоғамда үрей, физикалық тұлғаларда агрессия, сондай-ақ басқа заңға қайшы іс-әрекеттер туғызбауы тиіс.

Жарнама туралы заңда көрсетілген жағдайлардан басқа тауарлардың (үлгісі, артикулы) тауар, қызмет көрсету белгілері мен жекешеленудің басқа құралдары, жеке және заңды тұлғалар туралы атап көрсетуге тыйым салынады.

Жарнама саласындағы мемлекеттік реттеу Қазақстан Республикасының нормативтік-құқықтық актілерімен бекітілген жарнама өндірісін, таратылуын және орналастырылуын бақылау болып табылады. Жарнама саласындағы мемлекеттік реттеуді Қазақстан Республикасының заңдылығымен бекітілген өкілеттік органдар құзырлығы шегіне сәйкес жүргізеді (кесте 2, б. 75).

Жарнама саласындағы мемлекеттік реттеудің негізгі мақсаты:

- 1) ұлттық мүддені қорғау;

- 2) жөнсіз жарнаманың, сондай-ақ қоғамдық құндылықтар мен жалпы қабылданған мораль мен имандылыққа қол сұғатын жарнаманың алдын алу мен тоқтату;
- 3) жосықсыз бәсекелестіктен қорғау.
- Жергілікті атқару органдарына сыртқы (көрнекі) жарнаманы реттеу мәселелерін қабылдауға тыйым салынады.

Кесте 2 – Мемлекеттік және жергілікті атқару органдарының құзыры

Мемлекеттік органдар өз құзыры шегінде	Республикалық маңызы бар қаланың, астананың, аудандардың, облыстық маңызы бар қалалардың жергілікті атқарушы органдары
1. Жарнама туралы нормативтік құқықтық актілерді әзірлеуге қатысады; 2. Қазақстан Республикасының жарнама туралы заңдылығын жетілдіру бойынша ұсыныстарды енгізеді; 3. Қазақстан Республикасының жарнама туралы заңдылығын бұзушыларға қарсы жауапкершілік шараларын қабылдайды; 4. Жарнамалық қызмет туралы жеке тұлғалар мен заңды тұлғалардың ұсыныстарын қарастырады; 5. Қазақстан Республикасының жарнама туралы заңдылығының сақталуына бақылау жүргізеді.	1. Елді мекендердегі нысандарда сыртқы (көрнекі) жарнаманы орналастыруға келісім береді; 2. Жарнамалық қызмет туралы жеке тұлғалар мен заңды тұлғалардың немесе олардың филиалдары мен өкілдіктерінің ұсыныстарын қарастырады; 3. Өз құзыры шегінде Қазақстан Республикасының жарнама туралы заңдылығының сақталуына бақылау жасайды; 4. Жергілікті мемлекеттік басқару мүддесіндегі Қазақстан Республикасының заңдылығымен жүктелген басқа да өкілдіктерді орындайды.
Ескертпе – Авторлар дереккөз бойынша дайындады [1].	

Жарнама саласындағы мемлекеттік бақылау тексеру түрінде жүргізіледі. Тексеру Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексіне сәйкес жүргізіледі [4].

Жарнама біздің өміріміздегі ақпараттың кең тараған түрі. Ол адамды иландыруға (тыңдаушыға немесе көрерменге белгілі бір әсер ету) арналған коммуникация түрі. Бұл адамның мінез-құлқына (жарнамаланатын тауарды сатып алу), орнатылуына (бұл өнім сізге ұнайды) әсер етеді немесе когнитивті әсер (аталған тауардың қасиеттерін білесіз) береді. Жеке бір бренд қана емес, сондай-ақ қызмет түрлері де, мысалы банк қызметі, интернет-провайдерлер қызметі де жарнамалануы мүмкін.

Жарнама нарығының дамуына толықтай кедергі келтіретін бірнеше факторлар бар: отандық жарнамалық құрылымның әлсіздігі; БАҚ-тың жарнамалық мектептермен және жарнама берушілермен жұмысындағы кемшіліктері; жарнама қызметі нарығындағы өзін-өзі реттеу жүйесінің болмауы; жарнаманы БАҚ-та жариялау шарты, тарифтері мен бағасы, тиражы жөніндегі анықтама беретін баспалардың болмауы.

Еліміздегі жарнаманың қарқынды дамуы Қазақстандағы нарықтық қатынастардың дамуымен тұспа-тұс келді. Бұл процесс 10 жылдан астам уақыт жүргізіліп келеді. Жарнама өндірісінің республикамызда пайда болуы одан ертеректе болғаны сөзсіз, яғни еліміздегі жарнама бизнесінің тарихы дамыған еуропалық елдерден біршама ғана аз. Алайда тауарлар мен қызмет түрлерін жаппай ұсыну тек тәуелсіздік алып, нарықтық кезеңге өту уақытында жүзеге асырылды.

Қазіргі уақытта жарнамалық кәсіпкерліктің қарқынды дамуын атап өту қажет. Қазақстандағы тәуелсіз нарық шаруашылық көлемінің 15%, ал жарнама барлық тауарлар мен қызмет түрінің жартысын алуда. Мемлекеттік құрылымдар бағынысындағы кәсіпорындардың өзі негізгі өнімді назарсыз қалдырмай, ұлғайту тәртібімен өндірілетін халық кең тұтынатын тауарлар туралы кішігірім жарнама беруге ұмтылады. Соңғы уақытта жарнамалық ұсыныстар маңызының азаюы туралы түсінік қалыптасып отыр. Бірақ даму процесі нольдік және төменгі деңгейден басталғанда осындай үрдіс байқалып, жарнамалық өндірістің тез арада өсуі аяқталады, алайда мұнан кейін негізгі даму кезеңі басталады. Жарнаманың дамуы барлық бағыттарда жалғасуда, ал жаңа түрлері бойынша жылдам даму байқалуда.

Жарнамалық қызметтің маңызына тоқталсақ, соңғы уақытта оның жалпы рөлі нарық конъюнктурасын талдауға, сала көшбасшыларын анықтауға септігін тигізуде. Бірінші кезекте сауда маркасын, оның жаңа филиалы мен фирмасын «нарықта жылжытудағы» жарнама маңызы артып келеді. Жарнама ісі өндірісі өндірістік және сауда кәсіпорындардағы маркетинг стратегиясында негізгі орын алуда. Тиімді жарнамалық ұсыныстардың көмегімен бизнесте табысқа жетудің қолайлы алғышарттарын жасауға болады.

Жарнамалық-ақпараттық қызметті басқаруда маңызды өзгерістер орын алуда. Соңғы уақытқа дейін жарнамалық агенттіктерде қызмет бабындағы сыйластық мәселесі орын алып келді, қазір мамандардың құқықтарын теңестіру қажеттілігін сезіну бар, себебі барынша ушыққан бәсекелестік жағдайының әдеттен тыс ойлардың пайда болуына кедергі келтіретіні түсінікті болды. Тек инновациялық қадамдар ғана маңызды коммерциялық нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар зерттеулер корпоративтік мәдениеттің негізі ретіндегі орындаушылық тәртіптің, жарнамалық-ақпаратпен айналысатын фирма қызметінің тиімді жұмыс жасауының негізгі факторы екенін көрсетіп отыр.

Жарнамалық процесстің жетекші субъектілерінің арасындағы бәсекелестіктің ушығуы нарықтағы монополиялану мен шоғырланумен қатар жүреді.

Негізгі жарнамалық бюджеттің-жалпы жарнамалық табыс көлемінің 80% халықаралық жарнамалық компаниялардың қазақстандық бөлімшелері әлемдік брендтерді жарнамалау үшін қолданады. Қазақстанда жарнамалық агенттіктердің жаңа жүйесі қалыптасты. Сондықтан агенттіктердің қызметін тұрақтандыру, оңтайландыру орнықты. Оларды ұлғайту жағдайында клиенттерге кешендік қызмет көрсетудің мүмкіндіктері жасалуда. Белгілі бір салаға мамандануға өту барысында агенттіктер жарнамалық қызмет пен маркетингтік қызметтегі жекелеген салаларда жоғары білікті мамандар атағына ие болады. Қазіргі кезде жарнама сапасын басқаруды әзірлеу мен жүзеге асыру ғылымы мен тәжірибесі даму кезеңінде. Компаниялар қызметіндегі шарттардың өзгеруі, адам санасында орын алып жатқан кейбір өзгерістер жарнамалық өнімнің сапасын арттыру бойынша жаңа тәсілдерді меңгеру процесі жүріп жатыр.

Зерттеулер көрсеткендей, біздің отандық кәсіпорындардың басшылары тек ішкі нарыққа бейімделген, олар «бүкіл әлемдік маркетинг» идеясынан әлі алыста. Кез келген нақты нарықтық ортада бәсекелестіктің бүкіл әлемдік деңгейіне қол жеткізу арқылы ғана жоғары табысқа жетуге болады. Бұл жерде брендинг технологиясымен сатылатын тауарларды жарнамалық-ақпараттық қамтамасыз етудің маңызы зор.

Сыртқы жарнама бизнесін стандарттауға келсек, көшедегі жарнамалық ұсыныстар үлгілерінің көпшілігі стандартталған жарнамалық құрал емес, олар көп жағдайда жақын маңда орналасқан бизнес-құрылым туралы ақпарат беруші. Жарнаманың мұндай түрі фирма жұмысындағы көмек болса да, мұндай тәсілмен нарықты тұтас қамту мүмкін емес. Стандартталған сыртқы жарнама өзіне тиісті саладағы жоғары ұйымдастырылған құрал болып табылады және жарнама беруші бұл қызмет түріне барлық жерде жүгінуі ықтимал. Жарнама орналастырылған стендтер осы салаға маманданған фирманың жеке меншігі болып табылады. Біздің елімізде жарнамалық стандарттардың толық дайын еместігін атап өту керек, жарнамалық нарық әлі «жас», ал бизнес әлі «этикалық нормаларды» игермеген [5].

Қазіргі уақытта қазақстандық кәсіпорындарда жұмыс жасаушы мамандардың базалық технологияларды, сондай-ақ бәсекелестік деңгейі жоғары фирмалық тауарларды дайындау мен өткізу мақсатындағы брендингтің соңғы жетістіктерін игеру қажеттілігі өткір. Тиімділік мәселесі де жарнамадағы өзекті мәселенің бірі болып табылады.

Әр жарнама беруші жарнамалық өнімдерден көп пайда көргісі келеді, ал ол тиімділікке байланысты. Мұнымен фирма мамандары және маркетингтік және консалтингтік қызмет орталығынан шақырылған мамандар айналысады. Қазақстанда соңғы уақытта маркетинг және жарнама бөлімдері жедел ашылуда. Әдетте бұл ірі және орташа фирмаларда қолға алынған. Ал шағын бизнес кәсіпорындарында бұл қызметті менеджерлер немесе басқа да мамандар атқарады, маркетинг қызметі басқару құрылымына тапсырылуда. Бұл басқару мәселелерінің, маркетинг стратегиясының, оның ішінде жарнаманың бірігуін көрсетеді. Қазақстан үшін аталған кезеңде, маркетинг енді ғана енгізіліп жатқан уақытта бөлімшелерді тарату жөніндегі шетелдік тәжірибені қабылдау дұрыс емес. Отандық экономика жарнаманың және маркетинг стратегиясының кешенді маңызын әлі түсіне алмай отыр. Әзірленген бизнес-жоспарлардың көпшілігі маркетинг стратегиясы жоспарының шарттарына жауап бере алмайды, сол себепті

олар жарнаманың кешенді әсерін ескере отырып, нарықты, оның конъюнктурасын талдауға ғана негізделген. Мұндай жағдайда ұйымдастырушылық қайта құру кедергі болмаған маркетинг бағыттарын барынша дамыту қажет. Маркетинг стратегиясы жалпы ұлттық құбылыс болған жағдайда басқару мен маркетинг қызметін біріктіруге болады.

Қазіргі қазақстандық кәсіпорындардағы жарнамалық қызмет мәселесі даму жағдайында. Зерттеулер көрсеткендей, арнайы зерттеу орталықтарының қызметін кәсіпкерлердің кейбіреуі ғана пайдалануда. Экономикалық өсу мен инвестициялар кезеңінің басталуына байланысты еліміздегі жағдай мамандарға маркетингтік зерттеулерді көбейту туралы қорытынды жасауға негіз болып отыр.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 «Жарнама туралы» ҚР-ның 2003 жылғы 19 желтоқсандағы № 508 Заңы (21.04.2016 ж. өзгерістер мен толықтыру бойынша): // <http://online.zakon.kz>.
- 2 Бове К.Л. Современная реклама: пер. с англ. – Тольятти: Довгань, 2010. – 134 с.
- 3 Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы. – М.: Вузовский учебник, 2014.
- 4 ҚР-ның Кәсіпкерлік Кодексі (26.07.2016 ж. өзгерістер мен толықтыру бойынша): // <http://online.zakon.kz>.
- 5 Формирование рынка рекламы: // <http://spishi.kz/838-formirovanie-rynka-reklamy.html>.

Аннотация

Авторы анализируют в своей работе развитие рекламной деятельности в Республике Казахстан, сравнивая ее с эволюцией рекламного бизнеса в зарубежных странах. Рассматривается понятие рекламы, которая представляет собой распространение и размещение в любой форме с помощью любых средств информации, предназначенной для неопределенного круга лиц и призванной формировать или поддерживать интерес к физическому или юридическому лицу, товарам, товарным знакам, работам, услугам и способствовать их реализации. Достижение целей рекламы осуществляется через постановку определенных задач и реализацию соответствующих функций, выбранных рекламодателями. Среди задач рекламы выделены информирование, увещевание, напоминание, позиционирование, удержание, имиджирование и важные функции рекламы – экономическая, социальная, идеологическая, маркетинговая и коммуникационная. Уделено внимание сущности экономической функции рекламы как важного инструмента маркетинга, стимулирующего сбыт. Раскрываются вопросы государственного регулирования в области рекламы в соответствии с нормативными правовыми актами Республики Казахстан. Основными целями государственного регулирования в области рекламы являются защита национальных интересов, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, а также рекламы, посягающей на общественные ценности и общепринятые нормы морали и нравственности, защита от недобросовестной конкуренции. На сегодняшний день недостаточно владеть только базовой технологией рекламы, необходимо использовать последние достижения брендинга для создания и продвижения фирменной продукции с высокой степенью конкурентоспособности.

Ключевые слова: рекламная деятельность, информирование, позиционирование, маркетинговые исследования, коммуникации, государственное регулирование, брендинг.

Abstract

The authors analyze the development of advertising activity in the Republic of Kazakhstan in their work, comparing it with the evolution of advertising business in foreign countries. The the concept of advertising, which is the distribution and placement in any form by any means information intended for an indefinite circle of persons and designed to form or maintain interest in a natural or legal person, goods, trademarks, works, services and promote their implementation is considered. The achievement of advertising objectives is carried out through the formulation of certain tasks and the implementation of the relevant functions selected by advertisers. Among the tasks of advertising were allocated information, admonition, reminder, positioning, retention, image, and important functions of advertising: economic, social, ideological, marketing and communication. Attention is paid to the essence of the economic function of advertising as an important marketing tool that stimulates sales. The issues of state regulation in the field of advertising, in accordance with the regulatory legal acts of the Republic of Kazakhstan. The main objectives of state regulation in the field of advertising are: protection of national interests; prevention and suppression of improper advertising, as well as advertising that encroaches on public values and generally accepted norms of morality and morality; protection from unfair competition. Today, it is important to master not only the basic technology of advertising, but it is necessary to use the latest achievements of branding to create and promote branded products with a high degree of competitiveness.

Key words: advertising activity, informing, positioning, marketing research, communications, government regulation, branding.

М.Б. ТЫШКАНБАЕВА,¹
физ.-мат.ғ.к., доцент.
К.С. ЧАКЕЕВА,¹
т.ғ.к., доцент.
М.Ж. КОНЫРБЕКОВ,¹
PhD, доцент.
М.А. ИМАНБЕКОВА,¹
т.ғ.к., доцент.
«Тұран» университеті¹

ЛОГИСТИКАДАҒЫ КОНТРОЛЛИНГТІҢ МАҢЫЗЫ

Андатпа

Компанияның логистикалық менеджментін жетілдіру, логистикалық шығындарды төмендету және клиенттерге қызмет көрсету деңгейін арттыру мақсатында контроллингтің әдістемелерін енгізу және логистикалық тәуекелдерді басқару есебінен логистикалық жүйені трансформациялау үшін қажетті логистикалық функциялар мен операцияларды орындаудың тиімділігі қазіргі заманғы логистикалық менеджменттің өзекті міндеті болып табылады. Мақалада логистикалық жүйелерде контроллингті жүргізудің үш маңызды аспектісі қарастырылған: шаралардың белгілі бір жүйесін (сандық және сапалық көрсеткіштерді, параметрлерді, қарым-қатынас шкалаларын және артықшылық) белгілеу, басқару шешімдерін қабылдау нәтижелерін тікелей өлшеу, нәтижелерді өлшеуді (мониторингті) жүргізудің уақыт аралығын таңдау. Пайдалану кезінде контроллинг бірқатар сандық көрсеткіштерді пайдаланылатын төмендету үшін энтропия жүйесі ұсынылды, нақты деректер типтері. Контроллинг процесін жүргізу үшін логистикалық шығындарды бақылаудың сандық көрсеткіштері топтастырылды және жүйеленді, өзгерістерді басқаруға қатысты контроллингтің мәні талданды және ұсыныстар берілді. Белгілі бір мерзімге материалдарға тапсырыс беру тәсілін таңдау болып табылатын қойма қорларын басқару әдістемесін әзірлеу, сондай-ақ тапсырыс ырғағын және сатып алудың тиісті саясатын қалыптастыру сияқты контроллинг функцияларын талдау негізінде логистикалық жүйенің жұмыс істеу тиімділігін және кәсіпорынның логистикалық менеджменті персоналының қызметін бағалау және олар қабылдаған шешімдердің нәтижелерін бақылау айқындалады, логистиканы басқару нәтижелері өлшенеді (логистикалық операциялар мен функцияларды орындау тиімділігінің сандық өлшемдерін қолдану).

Тірек сөздер: контроллинг, логистика, логистикалық жүйелер, қойма операциялары, тауар ағындар, сатып алу саясаты, тапсырыс беруші, бағалау.

Логистикада контроллинг жүргізу логистикалық іс-әрекетті бағалаудың заманауи әдістемелердің бірі болып табылады. Контроллинг – экономикалық талдау, жоспарлау әдістерінің түйісуінен пайда болған қазіргі заманғы басқару практикасындағы салыстырмалы жаңа әдіс, яғни жаңа басқару жолы. Жалпы контроллингтің негізгі міндеті болашақ іс-әрекетті сараптау, жүйенің энтропиясын қадағалап, төмендету. Бұл мәселенің үш аспектісін атап көрсетуге болады: біріншіден, шаралардың белгілі бір жүйесін (сандық және сапалық көрсеткіштерін, өлшемдерін, қарым-қатынас пен артықшылық шкаласын) белгілеу; екіншіден, басқарушылық шешімдерді қабылдау нәтижесін тікелей өлшеу; үшіншіден, нәтижелерді өлшеу (мониторинг) жүргізудің уақыт интервалдарын таңдау [1].

Логистикалық контроллинг логистикалық жүйенің жұмыс істеу тиімділігін және кәсіпорынның логистикалық менеджменті персоналының қызметін бағалау және олардың қабылдайтын шешімдерінің нәтижелерін бақылауға мүмкіндік береді. Негізгі мақсат логистиканы басқару нәтижелерін өлшеу (логистикалық операциялар мен функцияларды орындау тиімділігінің сандық өлшемін қолдану).

Контроллинг арқылы логистикалық жүйелер тиімділігінің кешенді сараптау көрсеткіштері ретінде төменгі пункттерді атауға болады:

- ◆ логистикалық инфрақұрылымға салынған инвестициялардың қайтарымдылығы;
- ◆ логистикалық операциялық шығындар мен толық шығындар;
- ◆ логистикалық циклдардың ұзақтығы;
- ◆ тұтынушыларды сапалы логистикалық сервиспен қанағаттандыру дәрежесі;
- ◆ логистикалық жүйенің өнімділігі.

Контроллингтің спецификалық міндеттері:

- ◆ стратегиялық мақсаттарды өзгермелі сыртқы жағдайларға бейімдеу;
- ◆ жедел жоспарларды кәсіпорынның стратегиялық даму жоспарымен үйлестіру;
- ◆ бюджеттерді (жоспарларды) құруды үйлестіру және ықпалдастыру;
- ◆ әртүрлі деңгейлердегі менеджерлерді ақпаратпен қамтамасыз ету жүйесін құру;
- ◆ кәсіпорынды басқарудың ұйымдық құрылымын, оның икемділігін және сыртқы ортаның өзгермелі талаптарына тез жауап беру қабілетін арттыру мақсатында бейімдеу;
- ◆ ойлауды және әрекеттерді рентабельділікке бағдарлау;
- ◆ шығындарды азайту жөніндегі іс-шараларды үздіксіз процесс ретінде ұйымдастыру;
- ◆ клиенттерге және табысқа бағдарлану;
- ◆ қызметкерлерді кәсіпорынның мақсаттарына қол жеткізуге олардың нақты үлесі бойынша ынталандыру;
- ◆ табыс өлшемі бойынша клиенттерді үздіксіз бағалау.

Контроллинг процесінің құрамы:

- ◆ жоспарлау;
- ◆ бақылау;
- ◆ есепке алу;
- ◆ талдау;
- ◆ басқарушылық шешімдерді қабылдауға қатысты жағдайларды бағалау.

Контроллинг функциясына қоймалық қорларды басқару әдістемесін әзірлеу кіреді, олар белгілі бір мерзімге материалдарға тапсырыс беру әдісін таңдау, тапсырыс ырғағын және сатып алудың тиісті саясатын қалыптастыру болып табылады. Әдістердің компоненттері – қоймалық қорды толықтыру қор минимумына байланыстыру, материалдық ресурстарға деген ұйымның қажеттілігі анықтағаннан кейін қор көлемін толықтыруға рұқсат ету.

Өзгерістерді басқару контроллингтің тікелей міндеттерінің бірі. Батыс әдебиетінде маркетингпен логистикалық жүйелердегі өзара іс-қимылды талдау үшін «4–P» маркетингтік микстің дәстүрлі ұғымдарын жиі қолданады: «price – product – promotion – place» («баға – өнім – жылжыту – орын»). Осы маркетингтің «4–P» және логистикалық «7–P» қағидаларының интерфейсі баға (шығындар), өнім және орын сияқты сипаттамалар, олардың арасындағы тікелей байланысты бақылау. Нәтижесінде контроллинг логистикада ең оңтайлы шығындар нұсқаларын әзірлеп әртүрлі деңгейдегі басшыларға ұсыныстар береді.

Кез келген ЛЖ сыртқы ортаның тұрақты өзгерістерімен бетпе-бет жағдайда өмір сүреді (нарықтар, экономикалық жағдайлар, бәсекелестер, технологиялар және т.б.), сондай-ақ ЛЖ-нің ішкі жағдайы да (қызметкерлер, қызмет мақсаттары, өнімдер, жоспарлар, процестер, шығындар, тапсырыс берушілер, жеткізушілер және т. б.) өзгерістерге бейім болады. Өзгерістер – бұл бизнестің қалыпты жағдайы, сондықтан ұйым оларға барабар әрекетке дайын болуы қажет, өзгеше жағдайда неғұрлым мықты бәсекелестерге сөзсіз жол береді [1].

Кәсіпорында логистикалық жүйелердің үнемі даму жағдайда болуы персоналды тиімді тәсілдермен ынталандырып отыруды талап етеді, сондықтан қызметкерлерді мотивациялау ЛЖ-дің табысты қалыптасуы мен дамуының қажетті шарты болып табылады. Көп жағдайда қызметкерлердің негізгі құрамы өзгерістерді құптамайды, оларды стресс ретінде қабылдайды, өйткені өзгерістерді жүзеге асыру үшін күш-жігер, ескі, үйреншікті тәсілдерден бас тарту; жаңа біліктілікті меңгеру, іс-әрекеттердің жаңа тәсілдерін зерделеу, бұрын таныс емес рәсімдерді пысықтау, жаңа қарым-қатынастарды қалыптастыру қажет [2]. Мысалы:

- ◆ өзгерістердің бағытталуына бағдарланбайды;
- ◆ тәуекелдерді еріксіз қабылдауға мәжбүр болады;
- ◆ өзгерістерді, олардың нәтижесін қажетсіз деп қабылдайды және қорқыныш сезімде болады;
- ◆ жаңа міндеттерді орындауға қабілетсізбіз деп санайды;
- ◆ жаңа дағдыларға және жаңа мінез-құлыққа, оқуға қабілетті емес және (немесе) ұмтылыс жасамайды.

Осындай күрделі ортада өзгерістерді қалай басқаруға болады?

Оның екі негізгі тәсілін атап көрсетуге болады.

1. Үздіксіз жетілдіру, яғни «кайдзен» әдісі, шағын өзгерістердің тұрақты ағынын қамтамасыз ету. Қандай өзгеріс болмасын күйзеліссіз жүруі қажет, себебі тәуекел айтарлықтай төмендейді, және орынсыз жаңалықтардан бас тарту, әрі сәтсіз жағдайда бұрынғы нұсқаға оралу оңай.

2. Бизнес-үдерістерді реинжинирингтеу – қызметтің маңызды көрсеткіштері: шығындар, сапа, қызмет көрсету деңгейі және әрекет ету жылдамдығы айтарлықтай жақсартылуы қажет. Бұл тұста аталған көрсеткіштердің тұрақты жақсаруына қол жеткізуге мүмкіндік беретін зерделі әдістерді қолдану және бизнес-үдерістерді түбегейлі қайта жобалау қажет. Реинжиниринг идеясы ұйым ағымдағы операцияларды жетілдіру үшін процессті зерттеп, оны басынан бастап жаңалау. Бұл өте «қымбат» әдіс, бірақ қажет болған жағдайда қолдану көптеген компанияларға оң нәтиже әкеледі.

Шығындар мәселесі. Логистикалық шығындар (logistical cost) – логистикалық операцияларды орындауға арналған шығындар болып табылады.

Олардың негізгі құраушылары:

- ◆ көлік-дайындау шығыстары;
- ◆ қорларды ұстауға арналған шығындар.

Осы шығындарды ұдайы қысқарту мүмкіндіктерін қарастырып отыру керек. Ол үшін процестерді жүйелі ұйымдастыру қажет.

Кәсіпорын шегіндегі логистикалық шығындардың өлшемдері:

- ◆ пайызбен көрсетілген сатудан түскен сома;
- ◆ пайызбен көрсетілген таза өнім құны;
- ◆ ақшалай көрсетілген шикізат массасының бірлігіне есептегендегі материалдар, дайын өнімдер.

Логистикадағы шығындарды есепке алу ерекшелігі барлық шығындарды жиынтықтау болып табылады.

Шығындарды есептеу шығындардың пайда болу көздеріне тікелей байланысты, олар – материалдар мен жартылай фабрикаттарды қабылдау, кәсіпорынның кіріс қоймасы, кәсіпорын бойынша ресурстарды тасымалдау жүйесі, дайын өнім қоймасы. Өндірістегі шығын түрлерін анықтауға мүмкіндік беретін әдістер өндірістік процестерде қолданылатын есеп әдісі.

Логистикалық жүйелердегі қызметтің үнемділігін бақылау.

Дәстүрлі есептеу әдістері көбінесе қандай да бір процестермен байланысты шығындардың барлық тізбегін сәйкестендіру мүмкіндігін қамтамасыз ете алмайды. Негізгі себеп шығындардың калькуляциясы жекелеген функционалдық салалар бойынша жүзеге асырылады, ал материалдық ағындар көптеген бөлімшелермен өзара іс-қимыл жасай отырып, бүкіл кәсіпорын арқылы өтеді. Сонымен қатар, дәстүрлі есептеу әдістері шығындарды ірі агрегаттарға біріктіреді, бұл шығу тегі бойынша әртүрлі шығындарға егжей-тегжейлі талдау жүргізуге, қабылданған басқарушылық шешімдердің барлық салдарын, сондай-ақ олардың корпоративтік ұйымға әсерін ескеруге мүмкіндік бермейді. Нәтижесінде бір функционалдық салада қабылданған шешімдер онымен аралас басқа салаларда күтпеген нәтижелер беруі мүмкін.

Логистика материалдық ағын қозғалысының барлық жолында шығындарды операциялық есепке алуды жүргізуді көздейді. Логистикалық «құбыр» деген түсінік бар. Осы есепке алу жүйесі процесс бойынша шығындар сомасының өзгеру көрсеткішін материалдық ағындарды басқару саласында қабылданатын шешімдер тиімділігінің өлшемі ретінде пайдалануға болады [3].

Логистикада негізгі нысаны (талдау объектісі) тұтынушының тапсырысы (клиент, өнім, немесе қызмет) және осы тапсырысты орындау бойынша іс-әрекеттер болып табылады. Шығындардың логистикалық калькуляциясы нақты тапсырыстың (клиент, өнім немесе қызмет) пайдасын анықтауға мүмкіндік беруі тиіс. Шығындардың тиімді калькуляциясын жүргізуге қажетті әрекеттер:

- ◆ талдау сұлбасының құрамына кіретін нақты шығындарды дәл анықтау;
- ◆ уақытша шығындар шеңберін анықтау;
- ◆ баламалы іс-әрекеттерді бағалауға қатысы бар нақты факторларға арналған шығындарды есепке алу;
- ◆ шешім қабылдау критерийін белгілеу.

Логистикалық процестер кәсіпорынның негізгі бөлімшелері (сатып алу, өндіру, өткізу және т.б.) бойынша бір ізді тізбекпен жүреді, бұл ретте шығындарды есепке алу аддитивті болып табылады. Функционалдық салалар бойынша (тігінен) шығындарды айқындауға бағытталған дәстүрлі есептеу әдістері толассыз процесті жүзеге асыру барысында туындайтын шығындарды бөлуге, неғұрлым маңызды шығындар туралы, сондай-ақ олардың бір-бірімен өзара іс-қимылының сипаты туралы ақпаратты қалыптастыруға мүмкіндік бере бермейді.

Логистикалық контроллинг келесі кезеңдерді қамтиды:

- ◆ рұқсат етілген ауытқулар мен мерзімдерді анықтау;
- ◆ қолданыстағы әдістерге сәйкес көрсеткіштер негізінде нақты жағдайды талдау;
- ◆ анықталған тәуекелдер негізінде кемшіліктерді жою бойынша іс-шараларды жоспарлау;
- ◆ өткізілген іс-шаралар нәтижелері бойынша жаңа жоспарлы көрсеткіштерді әзірлеу;
- ◆ есепті бекітілген кезеңділікпен кеңейтілген және қысқартылған нұсқада құрастыру.

Логистика бойынша шешімді дайындауға арналған есептіліктің қаржылық есептен айырмашылығы:

◆ логистикалық шығындар бойынша есеп егжей-тегжейлі және бөгде ұйымдарға әдетте жарияланбайтын ақпаратты қамтуы мүмкін;

◆ логистикалық шығындар бойынша есеп ауқымды болады.

Логистикалық шығындар бойынша есептің құрылымы мен мазмұны көбінесе қаржылық есептілікке қойылатын нұсқаулықтарға қарағанда, нақты компаниядағы логистикалық шешімдер мен коммуникацияларға қойылатын арнайы талаптарға байланысты болады.

Контроллинг жүргізу бойынша сандық көрсеткіштер талдамасы [4].

Қоймалық операцияларды сипаттайтын параметрлерді екі топқа жіктеуге болады, төмендегі 1-ші кестеде қойма айналымына қатысты 1 топ параметрлері келтірілген.

Кесте 1 – Қоймалық операцияларды сипаттайтын параметрлер

Қойма айналымның айналым қаражатының құнына % алынған қатынасы	Кезең ішіндегі айналым / қоймадағы айналым қаражатының орташа шамасы (%)
Қоймадағы тауарлардың айналым жиілігі	Қоймадағы жылдық өтетін тауар көлемі / қоймадағы айналым қаражатының орташа шамасы
Қоймалау кезеңі	Қоймадағы тауарлардың саны / қоймадан өтетін тауарлардың саны
Нормадан ауытқу	Қоймадағы тауарлардың актуалдық саны – қоймадағы тауарлардың оңтайлы саны / қоймадағы тауарлардың актуалдық саны (%)
Сервис деңгейі	Жеткізілмеген позициялар саны / тапсырыс берілген позициялар саны

Қойма шығындарына байланысты контроллинг жасау реттеріне арналған 2 топ параметрлері келесі 2-кестеде көрсетілген.

Кесте 2 – Қойма шығындарына байланысты

Айналымға байланысты логистикалық шығындар	(Сатып алу шығындары + қоймалау шығындары) / айналым (%)
Қоймалау шығындары	Қоймалау құны / айналым
Айналым бірлігіне қатысты логистикалық шығындар	(Сатып алу шығындары + қоймалауға арналған шығындар) / қойма арқылы өтетін тауарлардың саны
Қойманың ішкі процестеріне байланысты шығындар	Қоймалаудың айналымы шығындары / тауарлардың кіріс және шығыс саны
Комплектация құны	Комплектация құны / позициялар саны
Қойма өнімділігі	Пик позициялар саны / жұмыс уақытының қоры

Тапсырыс беруші тарапынан логистикалық қызметті бағалау параметрлері де контроллинг жүргізудің маңызды сандық көрсеткіштері болып табылады. Келесі 3-кестеде осы параметрлердің топтамасы келтірілген.

Кесте 3 – Бағалау параметрлері

Жеткізілім уақыты	Тапсырысты жіберген сәттен бастап жүк түскенге дейін
Мерзім бойынша сенімділігі	Тапсырыс мезгілінде жеткізілген жүктердің саны / тапсырыстардың жалпы саны
Тапсырыстардың орындалуы	Өңделген тапсырыстардың саны / тапсырыстардың жалпы саны
Жеткізу дәлдігі	Толық орындалған жеткізілімдер / жалпы жеткізілімдер саны
Тапсырыстарды орындау сапасы	Жарнамасыз жеткізілімдер саны / жеткізілімдердің жалпы саны
Вариабельділік	Орындалған экспресс-тапсырыстардың санына экспресс-тапсырыстардың жалпы санының қатынасы

Логистикалық оператор тарапынан логистикалық сервисті бағалау көрсеткіштері 4-кестеде келтірілген.

Кесте 4 – Бағалау көрсеткіштері

Көрсеткіші	Логистикалық оператор тарапынан көрсетілетін қызметтер санаттары
Екі жақты қызметтер	Тапсырыс берушінің талаптарын қанағаттандыру үшін логистикалық әлеуеттерді ұсыну
Қызметтер мазмұны	Физикалық, әкімшілік, диспозитивтік
Қызметтердің шектелу мүмкіндіктері	Ия немесе жоқ
Орындаушы фирма	Логистикалық оператордың өзі немесе қосалқы мердігер
Тапсырыс берушінің түрі	Сыркы немесе ішкі

Жоғарыда келтірілген контроллингке қатысты әрекеттерді қорытындыласақ, логистикалық жүйелердегі контроллингтің басты міндеті үнемділік пен ұйымның материалдық емес ресурстарын жинау және тасымалдау үдерістерінің ең жақсы өтуіне жедел бақылауды жүзеге асыру болып табылады. Демек, тауар ағындарын жақсы ұйымдастыру үшін жоғары тиімділікке тек логистикалық жүйелердегі контроллингті қолдану арқылы қол жеткізуге болады. Контроллинг жүргізушілер менеджерлермен тығыз өзара іс-қимыл жасайды, ішкі кеңесші болады, талдама нәтижесі менеджерлерді, проблемаларды дұрыс шешуге итермелейді.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Вебер Юрген, Шеффер Утц. Введение в контроллинг: пер. с нем. / под ред. и предисл. проф., д.э.н. С.Г. Фалько. – М.: НП «Объединение контроллеров», 2014. – 416 с.
- 2 Левкин Г.Г. Контроллинг и управление логистическими рисками: учеб.-метод. пособие. – Москва – Берлин: Директ Медиа, 2015. – 58 с.
- 3 Саратовцев Ю.И. Место и роль контроля и контроллинга в логистике и управлении цепями поставок // Научно-аналитический журнал «Логистика и управление цепями поставок». – 2016. – № 5(76). – Октябрь.
- 4 Сергеев В.И. Методические материалы по дисциплине «Контроллинг в логистических системах». – М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – 106 с.

Аннотация

Эффективность выполнения логистических функций и операций, необходимых для трансформации логистической системы за счет внедрения методик контроллинга и управления логистическими рисками с целью совершенствования логистического менеджмента предприятий, снижения логистических затрат и повышения уровня обслуживания клиентов, является актуальной задачей современного логистического менеджмента. В статье рассмотрены три важных аспекта проведения контроллинга в логистических системах: установление определенной системы мер (количественных и качественных показателей, параметров, шкалы общения и предпочтений), непосредственное измерение результатов принятия управленческих решений, выбор временных интервалов проведения измерений (мониторинга) результатов. При использовании контроллинга рассмотрен ряд количественных показателей, используемых для снижения энтропии системы, предложены конкретные типы данных. Для проведения процесса контроллинга сгруппированы и систематизированы количественные показатели контроля логистических затрат, проанализировано значение контроллинга в отношении управления изменениями и даны рекомендации. На основе анализа функций контроллинга, таких, как разработка методики управления складскими запасами, которая является выбором способа заказа материалов на определенный срок, а также формирование ритма заказа и соответствующая политика закупок, определяется оценка эффективности функционирования логистической системы и деятельности персонала логистического менеджмента предприятия и контролирование результатов принимаемых ими решений, измеряются результаты управления логистикой (применение количественных критериев эффективности выполнения логистических операций и функций).

Ключевые слова: контроллинг, логистика, логистические системы, складские операции, товарные потоки, политика закупок, заказчик, оценка.

Abstract

The effectiveness of logistics functions and operations required for the transformation of the logistics system through the introduction of controlling techniques and management of logistics risks in order to improve the logistics management of enterprises, reduce logistics costs and improve customer service is an urgent task of modern logistics management. The article considers three important aspects of controlling in logistics systems: the establishment of a certain system of measures (quantitative and qualitative indicators, parameters, scales of communication and preferences), the direct measurement of the results of management decisions, the choice of time intervals for measuring (monitoring) results. When using controlling, a number of quantitative indicators used to reduce the entropy of the system are considered, specific types of data are proposed. To carry out the controlling process, quantitative indicators of logistics cost control are grouped and systematized, the importance of controlling in relation to change management is analyzed and recommendations are given. Based on the analysis of controlling functions, such as the development of methods of inventory management, which is the choice of the method of ordering materials for a certain period, as well as the formation of the rhythm of the order and the corresponding procurement policies, determine the rating of efficiency of functioning of logistic systems and activities of personnel of the logistics enterprise management and controlling results of their decisions are measured, the results of logistics management (the application of quantitative performance criteria of logistics operations and functions).

Key words: controlling, logistics, logistics systems, warehouse operations, commodity flows, procurement policies, customer, assessment.

МРНТИ 27.03.17
УДК 519.1-519.8

В.Б. КУЛИК,¹
к.т.н., доцент.
Е.А. ПОЛУХИНА,¹
докторант.
Университет «Туран»¹

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИ УСЛОВИЯХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОГРАНИЧЕННЫХ РЕСУРСОВ ПО МНОЖЕСТВУ НЕЗАВИСИМЫХ ПРОЕКТОВ

Аннотация

В статье представлено описание классификации задач распределения ресурсов по независимым проектам, предложены методы и алгоритмы решения оптимизационной задачи с помощью сетевой модели распределения ресурсов в мультипроекте. Дана математическая модель, присущая проекту внедрения систем автоматизации на предприятии, когда автоматизируется несколько функциональных областей деятельности. Решается задача распределения ограниченных ресурсов по мультипроекту, минимизирующему его продолжительность, состоящему из множества независимых проектов. Проект внедрения рассмотрен как мультипроект, состоящий из n проектов. Дано утверждение, что каждый проект представляет собой множество работ, которые можно разбить на три основные группы, представленные в виде последовательной цепочки из трех типов работ: проектирования, разработки, тестирования. Предложена 10-классовая систематизация задач ресурсного планирования. Мультипроект локализации ПО описан в виде сетевого графика комплекса работ и зависимостей скорости выполнения работы от количества ресурсов, ее выполняющих. В каждом классе задач выделены подклассы в зависимости от ограничений на ресурсы различных видов. Предложены алгоритмы решения задач распределения ресурсов по мультипроекту, минимизирующему его продолжительность с помощью методов сетевого программирования. Приведена таблица результатов исследования с указанием, для каких классов и подклассов известны точные алгоритмы решения, для каких известны эвристические алгоритмы и для каких подклассов задач алгоритмы решения предложены авторами – точные или приближительные.

Ключевые слова: сетевое программирование, теория графов, двудольная сеть, распределение ресурсов, непрерывная зависимость, управление проектами.

В последние годы отмечается устойчивый интерес к компьютерным системам, способным обеспечить эффективное управление предприятием. Современная организация демонстрирует сегодня тесное переплетение информационных технологий и бизнес-процессов основной деятельности. В связи с этим вопросы управления организацией нельзя рассматривать без изучения проблем их автоматизации. Была определена задача исследования возможностей оптимизации ресурсной составляющей проектов внедрения.

В ходе исследования проблемы была получена и опубликована [1, 2] приведенная ниже классификация задач, которые рассматриваются в данной работе. Во-первых, задачи можно классифицировать по видам ресурсов, используемых для выполнения работ, входящих в мультипроект. В качестве первого основания классификации примем вид ресурсов, выполняющих первые, вторые и третьи работы каждого проекта.

По данному признаку можно выделить пять классов задач.

Класс А. Первые, вторые и третьи работы проектов выполняются различными видами ресурсов.

Класс Б. Первые и вторые работы проектов выполняются одним видом ресурсов, а третьи – другим.

Класс В. Первые и третьи работы проектов выполняются одним видом ресурсов, а вторые – другим.

Класс Г. Вторые и третьи работы проектов выполняются одним видом ресурсов, а первые – другим.

Класс Д. Все работы проектов выполняются одним видом ресурсов.

В качестве второй характеристики для классификации рассматриваемых задач можно принять вид зависимости скорости выполнения работ от количества ресурсов. Итак, во втором основании классификации выделим два класса задач. В первом классе зависимость скорости

работ от количества ресурсов является непрерывной, а во втором – дискретной. Первый класс задач, в котором количество используемых ресурсов принимает вещественные значения из интервала $(0, N_j)$, будем обозначать буквой Н, а второй, в котором U_{ij} принимает целочисленные значения из интервала $(0, N_j)$, будем обозначать буквой Д.

Тогда классы задач распределения ресурсов будем обозначать двумя буквами, первая из которых выделяет задачу по первому основанию классификации, а вторая – по второму.

Так, например, обозначение БД означает класс задач, в которых первые и вторые работы проектов выполняются одним видом ресурсов, третьи – другим, а зависимости скорости работ от количества ресурсов являются дискретными.

Следуя данной концепции, всего получаем 10 классов задач.

Рассмотрим возможные методы решения задач и результаты экспериментов для класса АН.

Задачи этого класса в общем случае относятся к так называемым NP-трудным задачам, не имеющим эффективных точных методов решения [3]. Примем, что зависимость $f_{ij}(u_{ij})$ имеет вид:

$$f_{ij}(u_{ij}) = \begin{cases} u_{ij}, & u_{ij} \leq a_{ij} \\ a_{ij}, & u_{ij} \geq a_{ij} \end{cases} \quad (1)$$

Обозначим $N_j, j=1,2,3$ количество ресурсов j-го вида. Покажем, что существует оптимальное решение, в котором все работы выполняются максимальным количеством ресурсов (возможно, с перерывами в работе) за время:

$$\tau_{ij} = \frac{W_{ij}}{a_{ij}} \quad (2)$$

Действительно, пусть на некоторой работе (i, j) $u_{ij} < N_j$ в течение интервала τ . Тогда на какой-либо другой работе (k, j) этого же типа $u_{kj} < N_j$ в течение того же интервала (или на нескольких работах). За время τ будет выполнено $W_{ij} = u_{ij}\tau$ объема работы (i, j) и $W_{kj} = u_{kj}\tau$ объема работы (k, j). Определим другой календарный план. Сначала ресурсы N_j направляются на работу (i, j). Объем работ N_j будет выполнен за время:

$$\tau_i = \frac{u_{ij}\tau}{N_j} < \tau$$

Затем ресурсы направляются на работу (k, j). Объем работы W_{kj} будет выполнен за время:

$$\tau_j = \frac{W_{kj}}{N_j} = \frac{u_{kj}\tau}{N_j} < \tau$$

Работа будет завершена в момент $\tau_1 + \tau_2 = \tau$.

Итак, в новом плане первая работа завершается ранее, а вторая – в то же время. Повторяя эту операцию каждый раз, когда $u_{ij} < N_j$, приходим к плану, в котором для всех работ $u_{ij} = N_j$, если работа выполняется.

В этом случае получаем классическую «Задачу о станках», известную своей сложностью [3].

Рассмотрим несколько подклассов.

1. Ограничены ресурсы первого вида, то есть:

$$\sum_{i=1}^n a_{i1} > N_1 \quad (3)$$

Ресурсов второго и третьего вида достаточно, и соответствующие работы выполняются за минимальное время τ_{i1} .

2. Ограничены ресурсы второго вида, то есть:

$$\sum_{i=1}^n a_{i2} > N_2 \quad (4)$$

Работы первого и третьего типа выполняются за минимальное время τ_{i2} .

3. Ограничены ресурсы третьего вида, то есть:

$$\sum_{i=1}^n a_{i3} > N_3 \quad (5)$$

Работы первого и второго типа выполняются за минимальное время τ_{i3} .

4. Ограничены ресурсы первого и второго вида, то есть имеют место условия (3) и (4). Работы третьего типа выполняются за минимальное время τ_{i3} .

5. Ограничены ресурсы первого и третьего вида, то есть имеют место условия (3) и (5). Работы второго типа выполняются за минимальное время τ_{i2} .

6. Ограничены ресурсы второго и третьего вида, то есть имеют место условия (4) и (5). Работы первого типа выполняются за минимальное время τ_{i1} .

7. Ограничены ресурсы всех видов, то есть имеют место условия (3), (4) и (5).

Рассмотрим методы решения этих подклассов задач.

Подкласс АН1.

Поскольку ресурсов второго и третьего вида достаточно, то продолжительность работ второго и третьего типа равна соответственно τ_{i2} и τ_{i3} , $i=1, n$.

Обозначим:

$$q_i = \tau_{i2} + \tau_{i3} \quad (6)$$

Упорядочим работы по убыванию q_i , то есть $q_1 \geq q_2 \geq \dots \geq q_n$.

Для решения задачи определим двудольную сеть из $2(n+1)$ вершин, представленную на рисунке 1. Вершины первого слоя сети (не считая вершины – входа) соответствуют i -м проектам, а вершины второго слоя – интервалам времени S . Пусть T – момент завершения мульти-проекта. Примем пропускные способности дуг $(0, i)$ равными объему первых работ i -го проекта $c_{0i} = W_{i1}$, а пропускные способности дуг (j, z) равными времени продолжительности работ первого типа на трудовой ресурс:

$$\begin{aligned} c_{1z} &= (T - q_1) N_1 = \Delta_1 N_1 \\ c_{jz} &= (q_{j-1} - q_j) \cdot N_1 = \Delta_j N_1 \end{aligned} \quad (7)$$

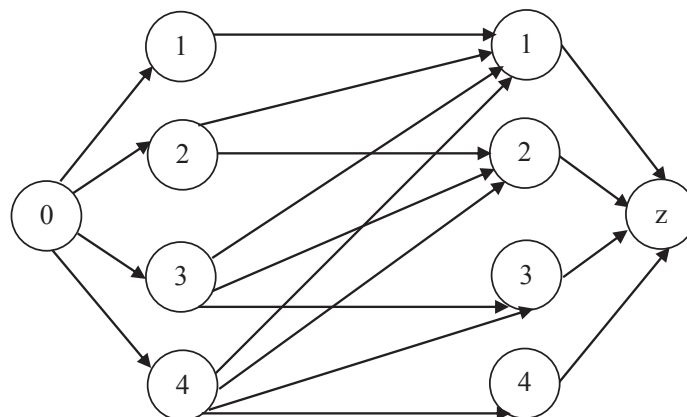


Рисунок 1 – Двудольная сеть для случая $n = 4$

Пропускные способности дуг (i, j) примем равными $c_{ij} = a_{ij}\Delta_j$, $i, j = \overline{1, n}$, $i \geq j$.

Определим поток максимальной величины в полученной сети.

Теорема 1. Минимальное T , при котором поток максимальной величины насыщает входные дуги, определяет оптимальное решение задачи [2].

Доказательство. Пусть T задано. Обозначим x_{is} – объем первой работы i -го проекта, выполняемого в s -м интервале (первый интервал – это интервал $(0, T - q_1)$, второй – это $(T - q_1, T - q_2)$ и т.д.

Для того чтобы все работы были выполнены, необходимо и достаточно выполнение условий:

$$\sum_{s=1}^i x_{is} = W_i, \quad i = \overline{1, n}$$

При ограничениях:

$$\sum_{i=s}^n x_{is} \leq c_{sz}, \quad s = \overline{1, n}$$

$$0 \leq x_{is} \leq c_{is}, \quad i, s = \overline{1, n}$$

Следовательно, $\{x_{is}\}$ – это поток и поэтому минимальное T , при котором этот поток насыщает входные дуги, соответствует минимальному времени завершения мультипроекта. Теорема доказана.

Оценку снизу для минимальной продолжительности мультипроекта можно получить из условия:

$$V_1 = \sum_i W_{i1} \leq \sum_s c_{sz} = (T - q_n)N_1$$

Получаем:

$$T \geq \frac{V_1}{N_1} + q_n \tag{8}$$

Эксперимент 2.1. Результаты исследования планируется применять на проектах внедрения ИСУП, когда необходимо автоматизировать несколько функциональных областей деятельности на предприятии. В данном исследовании экспериментальная часть проводилась на примере проектов разработки ПП. При создании первой линейки седьмой версии планировалось подготовить четыре ПП по учету и управлению предприятием, то есть реализовать четыре проекта: 1 – предприятие, 2 – персонал, 3 – госучреждение, 4 – торговля. В таблице 1 приведены данные об объемах проектирования, разработки, тестирования и продолжительности их выполнения.

Таблица 1 – Тестовые данные мультипроекта

i	1	2	3	4	V_i
W_{i1}	12	10	18	20	60
W_{i2}	18	9	20	12	59
W_{i3}	24	15	8	18	65
a_{i1}	4	2	3	5	
a_{i2}	3	3	4	6	
a_{i3}	6	3	4	6	
τ_{i1}	3	5	6	4	
τ_{i2}	6	3	5	2	
τ_{i3}	4	5	2	3	

Имеем $q_1=10, q_2=8, q_3=7, q_4=5$

Пусть $N_1 = 6$

Из условия (1.8) получаем начальную величину времени завершения мультипроекта:

$$T_1 = \frac{60}{6} + 5 = 15$$

На рисунке 2 приведен двудольный граф, где числа в скобках равны пропускным способностям, без скобок – реальному потоку. Задачу нахождения максимального потока в сети вычисляем по алгоритму Форда – Фалкерсона [4]. Величина равна 58. Получаем условие $58 < V_1 = 60$. Следовательно, T_1 необходимо увеличить. Заметим, что увеличение T увеличивает пропускные способности только дуг c_{i1} ($i=1, n$) и c_{1z} .

Минимальное увеличение T составляет:

$$\delta = \frac{60-58}{N_1} = \frac{2}{6} = \frac{1}{3}$$

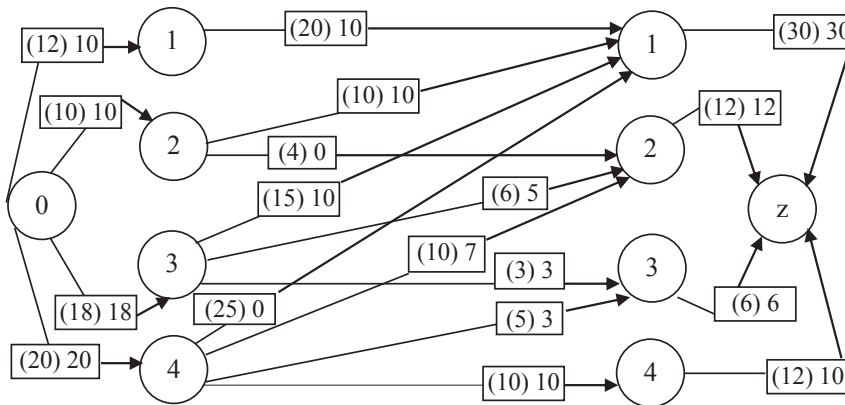


Рисунок 2 – Двудольная сеть эксперимента 2.1 для случая $T_1 = 15$

Это позволяет увеличить поток по дугам (0, 1), (1, 1) и (1, z) на 2 единицы. Полученный поток насыщает входные дуги. Поэтому получается оптимальное решение с продолжительностью мультипроекта, равной:

$$T_{\min} = \frac{62}{6} + 5 = 15\frac{1}{3}$$

Результаты исследования сведены в таблицу 2, в которой описано, для каких классов и подклассов известны точные алгоритмы решения [5], для каких известны эвристические алгоритмы [6] и для каких подклассов задач локализации алгоритмы решения предложены авторами [7] – точные или приближительные.

Таблица 2 – Результаты исследования алгоритмов решения задач

Классы и подклассы	Эвристические алгоритмы	Точные алгоритмы	Эвристические алгоритмы авторов	Точные алгоритмы авторов
АН1, АН2, АН3 АН3 (нелинейные зависимости) АН4:–АН7	+			+++ +
АД1, АД2, АД3 АД4–АД7	+			+++
БН1 БН1 (частный случай) БН2	+		+	+

Продолжение таблицы 2

БД1 БД2 БД2(частный случай)	+	+ задача Джонсона	+	
ВН1 ВН1 (частный случай) ВН2	+	+ задача редактора (Бурков)		
ВД1 ВД1(частный случай) ВД2	+	+ задача редактора (Бурков)		
ГН1 ГН2 ГД1, ГД2 ГД3 (частный случай) ДН ДН (частный случай) ДД	+	+ задача Джонсона + задача редактора (Бурков)		+ + +

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Кулик В.Б. Возможности реализации технологии внедрения автоматизированных систем управления предприятием // Статистика, учет и аудит. – 2009. – № 3(34). – С. 153–161.
- 2 Кулик В.Б., Русаковский А.М. Распределение ресурсов по множеству независимых проектов // Управление большими системами–2009: труды международной научно-практической мультиконференции. – Москва: Институт проблем управления РАН, 2009. – Том 2. – С. 42–44.
- 3 Сигал И.Х., Иванова А.П. Введение в прикладное дискретное программирование. – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2007. – 304 с.
- 4 Математические основы управления проектами: учеб. пособие / под ред. В.Н. Буркова. – М.: Высшая школа, 2005. – 240 с.
- 5 Бурков В.Н., Буркова И.В. Задачи управления в социальных и экономических системах. – М.: СИНТЕГ, 2005. – 256 с.
- 6 Кулжабаев Н.М. Исследование операций: учеб. пособие. – Алматы: Республиканский издательский кабинет Казахской академии образования им. И. Алтынсарина, 1999. – 286 с.
- 7 Кулжабай Н.М., Кулик В.Б. Об особенностях внедрения автоматизированных информационных систем учета и управления предприятием // Вестник Казахской академии транспорта и коммуникаций им. М. Тынышпаева. – 2009. – № 6. – С. 133–138.

Аңдатпа

Мақалада тәуелсіз жобалар бойынша ресурстарды бөлу мәселелерін жіктеу сипатталған, ресурстарды бөлудің желілік моделін қолдана отырып, оңтайландыру мәселесін шешу әдістері мен алгоритмдері ұсынылған. Кәсіпорында автоматтандыру жүйесін енгізу жобасына тән математикалық модель берілген, ол кезде қызметтің бірнеше функционалдық салалары автоматтандырылады. Көптеген тәуелсіз жобалардан тұратын, оның ұзақтығын азайтатын мультижоба бойынша шектеулі ресурстарды бөлу міндеті шешіледі. Енгізу жобасы п жобадан тұратын мультижоба ретінде қаралды. Мақалада тәуелсіз жобалар бойынша ресурстарды бөлу мәселелерін жіктеу сипатталған, ресурстарды бөлудің желілік моделін қолдана отырып, оңтайландыру мәселесін шешу әдістері мен алгоритмдері ұсынылған. Ресурстарды жоспарлау тапсырмаларына 10-сыныптық жүйелеу ұсынылады. БЖ локализациялаудың мультижобалары жұмыстар кешенінің желілік кестесі және жұмыс жылдамдығының оны орындайтын ресурстар санына тәуелділігі түрінде сипатталған. Тапсырмалардың әр класында әр түрлі ресурстардағы шектеулерге байланысты класстар тармағы бөлінеді. Алгоритмдер желіні бағдарламалау әдістерін қолдана отырып, оның ұзақтығын азайтып, бірнеше жобаға ресурстарды бөлу мәселелерін шешуге ұсынылады. Зерттеу нәтижелерінің кестесі келтірілген, олар үшін қандай шешімдер алгоритмдері белгілі класстар мен қосалқы класстар белгілі, олар үшін эвристикалық алгоритмдер белгілі және алгоритмдердің авторлары ұсынған мәселелердің кіші кластары дәл немесе жуықталған.

Тірек сөздер: желілік бағдарламалау, графтар теориясы, кос жарнақты желі, ресурстарды бөлу, үздіксіз тәуелділік, жобаларды басқару.

Abstract

The article describes the classification of resource allocation problems by independent projects, suggests methods and algorithms for solving the optimization problem using a network model of resource allocation in a multiproject. A mathematical model is given that is inherent in the project of introducing automation systems in an enterprise when several functional areas of activity are automated. The problem of distributing limited resources across a multiproject, minimizing its duration, consisting of many independent projects, is being solved. The implementation project is considered as a multiproject consisting of n projects. It is stated that each project is a set of works that can be divided into three main groups, presented as a sequential chain of three types of work: design, development, testing. A 10-class systematization of resource planning tasks is proposed. A software localization multiproject is described in the form of a network diagram of a complex of works and dependences of the speed of work execution on the number of resources that perform it. In each class of tasks, subclasses are distinguished depending on restrictions on resources of various kinds. Algorithms are proposed for solving resource allocation problems over a multiproject minimizing its duration using network programming methods. A table of the results of the study is given, indicating for which classes and subclasses exact solution algorithms are known, for which heuristic algorithms are known and for which subclasses of problems the solution algorithms proposed by the authors are exact or approximate.

Key words: network programming, graph theory, bipartite network, resource allocation, continuous dependence, project management.

Г.Б. САХАНОВА,¹
PhD, доцент.
А.К. ИЗМАХАНОВА,¹
Э.Ф.М.
«Туран» университеті¹

КӘСІПКЕРЛІКТЕ ДИЗАЙН-ОЙЛАУ ӘДІСІН ҚОЛДАНУ

Андатпа

Көптеген зерттеулер стартаптардың 90%-ы сәтсіз болатындығын көрсетеді. Бұл факт ұсынылатын тауарлар мен қызметтердің көпшілігінің күтілетін қажеттіліктерге сәйкес келмеуіне байланысты. Осыған байланысты, дизайн-ойлау әдісін қолдану тұтынушылардың шынайы қажеттіліктерін анықтауға мүмкіндік береді. Эмпатия мен жинақтау арқылы біздің алдымызда тұрған міндет анықталады. Әр түрлі мамандық қатысушыларынан команда құру оны әр түрлі жағынан қарауға мүмкіндік береді. Дизайн-ойлау әдісін қолдана отырып, кәсіпкерлер бизнесті құру кезеңінде пайдаланушыны терең түсіну негізінде шынайы қажеттіліктерді анықтай алады және өзінің бизнес-идеясын ең жақсы түрде жүзеге асыра алады. Бұл мақалада дизайн-ойлау әдісі және оның кәсіпкерліктегі табысқа әсері қарастырылған. Сонымен қатар, дизайн-ойлаудың бес кезеңі зерттелді. Дизайн-ойлау – бұл пайдаланушының терең түсінігіне негізделген инновациялық шешімдерді құру процесі. Бұл әдіс, немесе өнім жасау тәсілі өте терең пайдаланушы тәжірибесіне бағытталған. Дизайн-ойлау зерттеу туралы емес, қызмет үрдісі туралы. Ең бастысы, пайдаланушыны экспериментке тарту керек. Өнімді немесе қызметті құрудың барлық үрдісі барысында кері байланыспен өзара әрекет ету кезінде клиенттің қажеттілігін ең жақсы түрде қанағаттандыруға болады

Тірек сөздер: кәсіпкерлік, инновациялар, дизайн-ойлау, прототип, қажеттілік, бизнес-идея, стартап.

Кәсіпкерлік – қоғамның экономикалық дамуының қозғаушы күші. Кәсіпкерлерде тек тамаша идеялар ғана емес, сонымен қатар, оларды жүзеге асыруға деген ұмтылыс та өте мықты. Олардың инновациялық тәсілі экономикалық және әлеуметтік салалардағы оң өзгерістерге – нарықта жаңа өнімдердің пайда болуына, қосымша жұмыс орындарының ашылуына, адамдардың әл-ауқатының артуына зор ықпалын тигізеді. Инновация – кәсіпкерліктің негізі, зияткерлік қызметтің нәтижесі, адам қиялының, шығармашылығының және рационализациясының нәтижесі. Инновациялар нарыққа жаңа пайдалы қасиеттері бар өнімдер түрінде шығарылады. Инновациялар пайдалану тәжірибесін сапалық тұрғыдан жақсартады. Инновация қажетті өнімге айналған жағдайда ғана идеяға айналады. Инновация таңдалған саладағы трендке сай және экономикалық тұрғыдан сұранысқа ие болуы, аудиторияға жетіспейтін нәрселерді ұсынуы қажет. Инновацияларды көбінесе өнертабыстармен, жаңалықтармен немесе жаңғыртумен жиі шатыстырады, дегенмен де бұл түсініктер арасында айырмашылықтар бар. Инновациялар қолданыстағы элементтердің түбегейлі жаңа комбинацияларға бірігуі арқасында пайда болады. Инновациялар қолданбалы сипатқа ие және пайда табуға немесе қызметтердің тиімділігін арттыруға бағытталған. Инновациялық жобалар өмірлік циклдың барлық сатыларында жоғары белгісіздікпен байланысты. Сынақтан өту және өндіріске енгізудің сағыларын табысты өткен жаңашылдықтар нарықпен қабылданбауы мүмкін, бұл жағдайда олардың өндірісін тоқтату қажет. Егерде перспективалы өнертабыс пайда болған жағдайда, жобадан кез-келген уақытта бас тартылуы мүмкін.

Көптеген зерттеулер көрсеткендей, стартаптардың 90%-ының тәжірибесі сәтсіз аяқталуы мүмкін. Жаңа өнімдер мен қызметтер түрлі себептерге байланысты құлдырауға ұшырауы мүмкін: нашар сапа, қызықсыз маркетинг, сенімсіз тарату, сәтсіз баға. Табысқа жетудің барлық факторлары жеткілікті болған жағдайдың өзінде де, нашар ойластырылған идея сәтсіздікке әкелуі мүмкін. Мәселе өнімнің физикалық көрінісінде болуы мүмкін – ол тым үлкен, тым ауыр, тым күрделі. Сонымен қатар, жаңа қызметпен өзара әрекеттесу нүктелері – ол бөлшек саудаға арналған кеңістік немесе бағдарламалық қамсыздандыру интерфейсі болсын, клиентпен байланысты болмауы мүмкін. Бұл дизайн қателіктері және оларды әдетте түзетуге болады. Алайда адамдар олардан қарапайым жұмысқа қарағанда көбірек талап ететіндіктен, идеялар жиі құлдырауға ұшырады. Өнім құраушылары жиынтықта жағымды әсер тудыруы қажет. Ал бұл әлдеқайда қиындау. Мұны қалайша түзетуге болады?

Бізге инновацияларға деген қуатты, тиімді, кең қолданысты, бизнес пен қоғамның барлық аспектілеріне интеграцияланатын жаңа көзқарас қажет. Жеке адамдар мен тұтас командалар серпінді идеяларды құру үшін пайдалана алатындай және өмірде жүзеге асырылатындай, осылайша оны өзгерте алатындай тәсіл қажет. Бұл – дизайн-ойлау.

Дизайн-ойлау – бұл пайдаланушының тереңдетілген түсінігіне негізделген инновациялық шешімдерді құру процесі. Өнімді құруға бағытталған бұл тәсіл немесе әдіс пайдаланушылардың тәжірибесіне терең бағытталған. Дизайн-ойлау зерттеу туралы емес, қызмет үрдісі жайлы. Ең бастысы, пайдаланушыны экспериментке тарту керек. Өнімді немесе қызметтің құрудың барлық үрдісінде кері байланыспен өзара әрекеттесу барысында клиенттің қажеттілігін ең жақсы түрде қанағаттандыруға болады.

Бір дереккөздерде әдісті Hasso Plattner Institute of Design негізін қалаушылар Хассо Платтнер мен Дэвид Келли ойлап тапты деп жазылған. Басқалары Герберт Саймонның 1969 жылғы жұмысын, «Жасанды ғылым туралы» (The Sciences of the Artificial) кітабын көрсетеді, онда ол дизайн-ойлау идеясын сипаттаған. Кейінірек бақылауларға, эксперименттерге және жылдам өзгерістерге негізделген бұл тәсіл бизнеске енеді. 90-шы жылдардың өзінде Дэвид Келли IDEO-компаниясын құрады, онда дизайн-ойлау негізгі мамандану болып табылады [1].

Әдістің мәні – пайдаланушыны барынша түсіну қажеттілігі, проблемаларды анықтауға деген жан-жақты көзқарас, өзара іс-қимылдың жиі сценарийлеріне назар аудару және оңтайлы шешімдерді іздеу.

Бұл үрдіс 5 тізбекті сатыға бөлінген.

1-саты. Эмпатия.

Бұл басқа адамның ішкі дүниесін немесе эмоционалдық жағдайын саналы түрде ұғыну. Бұл сатыда пайдаланушыларға бақылау жүргізіледі. Басты мақсат – адамдардың не істейтіндігін және олардың мұны не үшін істейтіндігін ұғыну. Қазіргі уақытта клиенттің қажеттілігі қандай? Адамның қазіргі жағдайы қоршаған ортаға кедергі жасайды ма әлде көмектеседі ме? Өнімді пайдаланудың кез-келген сатысында ауырсыну нүктелері бар ма?

2-саты. Фокусирлеу.

Бұл сатыда барлық алынған ақпарат өңделеді. Оны реттеу және маңызды жайттарын бөліп көрсету қажет.

Бақылау барысында дәйексөздер мен табылғанды стикерлерге жазу немесе бояуға жиі кеңес береді. Осылайша проблеманың жалпы көрінісі бейнеленеді. Түзетулер енгізу өте жеңіл болады – бар болғаны стикерді жылжыту қажет.

Бұл сатыда мінез-құлық шаблондары, пайдаланушылар топтарының портреттері айқындала бастайды. Алайда ең бастысы – шешілуі тиіс басты проблемаларды бөліп көрсету.

3-саты. Идеяларды генерациялау.

Мүмкіндігінше көп идеяларды – ойыңа келгеннің барлығын ойластыру. Қарапайым және айқындардан мүмкін емес және абсурдтыға дейін. Ми шабуылы кезінде психологиялық бұғаттауды болдырмас үшін кез-келген бағалау мен сынаудан бас тарту.

Бұл сатыда әртүрлі жастағы және әртүрлі кәсіптегі адамдар қатысқан жағдайда кезде нәтиже қызықты болады. Сол кезде идеялар максималды түрде әртүрлі болады.

Мұндай ми шабуылынан кейін ең жақсы идеяларды іріктеуге көшкен жөн. Бірнеше категорияларды бөліп көрсетуге болады.

4-саты. Прототиптілеу.

Бұл сатыда тестілеуге және шешім қабылдауға болатын макетті құру қажет. Прототиптер қарапайым болуы қажет, көбінесе оңтайлы шешім табылғанға дейін мұндай бірнеше нұсқауларды жасау керек болады.

Мысалға, ойынның немесе қосымшаның прототипін, қарапайым қағазды қолдана отырып құруға болады. Бар болғаны жеке экрандардың суретін салып, қиып алу қажет. Тез әрі жеңіл шешімдер дұрыс тұжырымға әкелуі мүмкін.

5-саты. Тестілеу.

Бұл сатыда шынайы өмірдегі пайдаланушының барлық қадамдары қайталанады. Бұл үрдісте дизайнер қандай да бір қадамды өткізіп алмағандығын тексеруге мүмкіндік береді. Пайдаланушы үшін шешім қаншалықты түсінікті және ыңғайлы екендігін анықтау қажет.

Мысалға, тестілеу прототипті ауыстыру немесе тіпті идеяны генерациялау сатысына қайта оралу қажет екендігін көрсетуі мүмкін. Бұл үрдіс қалаулы нәтижеге қол жеткізілгенге дейін, бірнеше рет қайталануы мүмкін [2].

Дизайн-ойлауды қай уақытта қолданады:

◆ барлығы жақсы жұмыс істеген жағдайда және өзгерістерді енгізуге деген қажеттілік болмаған жағдайда;

◆ біз білетін және қолдана алатын айқын жұмыс шешімі болған жағдайда;

◆ проблема бар, алайда айқын шешім болмаған жағдайда;

◆ егерде іске қосып нарыққа жаңа өнімді шығарғыңыз келген жағдайда.

Дизайн-ойлаудың келесідей қағидалары бар:

◆ пайдаланушы – бұл Босс;

◆ белгісіздік;

◆ жүйелі тәсіл;

◆ интерактивтілік;

◆ визуалдау.

Пайдаланушыны жақсы түсіну мақсатында оның міндеттерін, қажеттіліктерін, проблемалары мен күтімдерін жақсы түсіну үшін зерттеулер жүргізу ұсынылады. Сұхбаттар, сауалнамалар, бақылаулар, эксперименттер арқылы бастапқы зерттеулерді және статистикалық деректерді, талдауларды, форумдар әлеуметтік желілер секілді екінші реттегі зерттеулерді жүргізу арқылы бір клиенттің шынайы қажеттіліктерін анықтай аламыз.

Дизайн-ойлау әдісінің міндеттерін, күтімдерін, проблемалары мен эмоцияларын білгіміз келетін адамға бағытталған. Тереңдетілген сұхбатты қолдану арқылы біз тұтынушымыздың шынайы қажеттіліктерін анықтай аламыз. Пайдаланушының мәселелерін талқылай отырып және өз күшімізді шоғырландыратын олардың бірін таңдай отырып, біз алдымызда тұрған міндетке назар аударамыз. Мұрагердің мұраның мұндай сұрақтар ретінде: Біз қалай көмектесе аламыз? Кімге? Не істеу керек? Қалайша? деген сұрақтарға жауап бере отырып біз көптеген идеяларды тудыруға тырысамыз.

Идеяларды генерациялау үшін Алексей Осборн ойлап тапқан ми шабуылы әдісін, Эдвард де Боно алты шляпасын, Тони Бьюзеннің ментальды карталарын, Уильям Гордонның синектика әдісін, Фриц Цвикияның морфологиялық талдауын, Брайан Ино мен Питер Шмидтің тікелей емес стратегияларын, Ф. Кунцтің және фокальды объектілер әдісін және т.б. сияқты әртүрлі әдістерді пайдалануға болады.

Идеяларды генерациялау үшін маңызды ереже: сынамаймыз, идеяларды дамытамыз («иә... және...») және бәріне ашық боламыз. Барлық ойлап тапқан идеяларды сұрыптау кезінде олардың ішінен жүзеге асырылуы үшін құнды және өміршеңді дегендерін іріктеп аламыз. Таңдалған шешімді кез-келген пайдаланушыға түсінікті түрде модельдейміз және прототип жасаймыз. Прототиптің басты белгілері оны пайдаланушыға көрсетуге болады, дайындау барысында жылдам және арзан, жылдам тексеру мүмкіндігі болады. Прототип жасау үшін қолда бар құралдарды қолдануға болады: нақты нысандар, қағаз, картон, желім, скотч, стикерлер, қайшы, маркерлер, қаламдар, пластикалық бөтелкелер, орындықтар, үстелдер, сым, пластилин. Қызметті құру үшін: адам-адам, рөлдік ойнату, қарым-қатынас сценарийі, формасы, бейджер, адам-жүйе, қағазды прототиптеу. Содан кейін прототипті тексеру керек. Қолданушыларға прототипті көрсетеміз және олардан кері байланыс жинаймыз. Кері байланыс жинаймыз және өз прототипімізді жақсартамыз. Тестілеу кезінде өз шешімін сатудың қажеті жоқ. Пайдаланушыға өзін түсінуге және оның айтқан сөздерін жазуға рұқсат ету керек. Ашық сұрақтардың көмегімен ең маңыздысын анықтауға болады. Тестілеу прототипті жетілдіруге мүмкіндік береді. Жоба дамудың әр фазасында PDCA қайталанатын циклдан өтеді: жоспарлау – іске асыр – тексеру – бағалау (ағыл. Plan – do – check – act cycle). Келесі деңгейде біз өнімді жасап, нарықта оны сынап аламыз.

Инновацияларға таза технологиялық көзқарас бүгінде тұрақтылықты қамтамасыз етпейді, ал ескі стратегияларды таңдауға негізделген басқару философиясы біздің елде немесе шетелде жаңа әзірлемелерге орын береді. Бізге жаңа шешімдер – индивидтердің қажеттіліктерін және жалпы қоғамның қажеттіліктерін біріктіретін жаңа өнімдер; денсаулық сақтаудың, кедейшілік пен білім берудің жаһандық мәселелерін шешуге мүмкіндік беретін жаңа идеялар; әлемдегі

өзгерістерге алып келетін жаңа стратегиялар, айналадағы адамдарды қызықтыратын жаңа мақсаттар қажет. Адамзат алдында тұрған проблемалар оларды шешу үшін біздің шығармашылық ресурстардан асып түсетін еді. Шабыттанған инноваторлар «миға шабуыл жасауға» қатысады, қалақшалар мен трюктердің бір жұбын үйретеді, бірақ әлемге жаңа өнімдер, қызметтер немесе стратегияларды сирек береді.

Дизайн-ойлау әр адамда бар, бірақ мәселелерді стандартты шешу әдістерінде ескерілмейтін мүмкіндіктерді пайдаланады. Дизайн-ойлау адамның интуитивті сезімге, паттерндерді таңуға, өзін тек сөзбен немесе символдармен көрсету, функционалды ғана емес, сонымен қатар, эмоционалды компонентті алып жүретін идеяларды жасауға негізделген.

Дизайн-ойлау әдісін жүзеге асыру үшін маңызды құрамдас бөліктердің бірі – бұл, әрине, жобалық команда. Қазіргі заманғы жобалардың көпшілігінің күрделілігі жалғыз жұмыс істеу мүмкін болса да, мұндай тәсілді біртіндеп кейінгі шекараларға бұрады. Тіпті дәстүрлі дизайн саласында – өнеркәсіптік және графикалық дизайнда, сәулет туралы айтпағанда, командалар бірнеше жыл бұрын нормаға айналды. Команда құру – ұйымның креативті әлеуетін ашу кілті. Адамдар материалдарды, мінез-құлықты немесе бағдарламалық қамтамасыз етуді сараптық бағалауды ұсынып қана қоймайды, сонымен қатар, инновацияның әрбір үш кеңістігіне: шабыт, идеяларды тудыру, іске асыруға белсенді қатысады. Әр түрлі пәндерді ұсынатын әртүрлі білімі бар қызметкерлермен жобаны толтыру негізді шыдамдылықты талап етеді. Өз білімдеріне сенімді адамдарды табу қажет, олар одан әрі баруға дайын. Пәнаралық командада адамдар идеяларды бірлесіп меңгереді, бұл ретте олардың әрқайсысының өз жауапкершілігі бар. Дизайн-ойлау – топтық ойлауға қарама-қарсы, бірақ парадоксальдысы, ол топтарда өтеді.

Талантты, оптимистік және ынтымақтастыққа дайын дизайн-ойшылдар командасы жиналған кезде, күтпеген әрекеттерге апаратын химиялық реакциялар орын алады. Алайда, түсінетініміздей, мұндай нүктеге жету үшін энергияны тиімді беру керек, және осындай тиімді беру жолдарының бірден-бірі үлкен команданы бірнеше кішкентай командаға ауыстыру. Біздің мақсатымыз – адамдарға олардың ойына келмейтін жасырын қажеттіліктерін білдіруге көмектесу, және бұл жұмыс дизайн-ойшылдарға арналған.

Визуалды ойлауды қолдану сөзбен жеткізу қиын болатын идеяны көрнекі түрде бейнелеуге мүмкіндік береді. Бұл болашақ өнімнің бейнесін жақсы көрсетуге көмектеседі.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМ

1 Тим Браун. Дизайн-мышление в бизнесе: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей: пер. с англ. В. Хозинского. – 4-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 256 с.

2 Дизайн-мышление: как создать продукт, который решает проблему: <https://texterra.ru/blog/dizayn-myshlenie-kak-sozdat-produkt-kotoryu-reshaet-problemu.html>.

Аннотация

Многие исследования показывают, что 90% стартапов имеют неудачный опыт. Данный факт связан с тем, что большинство предлагаемых товаров и услуг не соответствует ожидаемым потребностям. В связи с этим применение метода дизайн-мышления позволяет выявить истинные потребности покупателей. Через эмпатию и сопереживание определяется задача, которая перед нами стоит. Создание команды из участников различных профессий позволяет рассмотреть ее с различных сторон. Применяя метод дизайн-мышления, предприниматели могут на этапе создания бизнеса выявить истинные потребности на основе глубокого понимания пользователя и наилучшим образом реализовать свою бизнес-идею. В данной статье рассмотрен метод дизайн-мышления и его влияние на успех в предпринимательстве. Также изучены пять этапов дизайн-мышления. Дизайн-мышление – это процесс создания инновационных решений, основанный на глубоком понимании пользователя. Этот метод или подход к созданию продукта достаточно глубоко ориентируется на опыт пользователя. Дизайн-мышление – это не процесс исследования, а процесс деятельности. И главное – надо вовлечь пользователя в эксперимент. При взаимодействии с обратной связью на протяжении всего процесса создания продукта или услуги можно наилучшим образом удовлетворить потребности клиента.

Ключевые слова: предпринимательство, инновации, дизайн-мышление, прототип, потребности, бизнес-идея, стартап.

Abstract

Many studies show that 90% of start-ups have bad experiences. This is due to the fact that most of the products and services offered do not meet the expected needs. In this regard, the use of the design thinking method allows to identify consumers' real needs. The task is determined through empathy and compassion. Creating a team of participants of different professions allows considering it from different sides. Using the method of design thinking, entrepreneurs can at the stage of creating a business to identify the true needs based on a deep understanding of the user and the best way to implement their business idea. The present article discusses the method of design thinking and its impact on success in entrepreneurship. Five stages of design thinking were also studied. Design thinking is the process of creating innovative solutions based on a deep understanding of the user. This method or approach of creating a product is deeply focused on the user's experience. Design thinking is not about research, but about the process of activity. The most important thing, which is needed, is to involve the user in the experiment. By interacting with feedback throughout the process of creating a product or service, all customer needs can be satisfied.

Key words: entrepreneurship, innovations, design thinking, prototype, needs, business idea, start-up.

IRSTI 06.81.23
UDC 338.001.36

A.T. SISSENOVA,¹
c.e.s., associate professor.
I.L. BOROVSAYA,¹
c.e.s., associate professor.
Turan University¹

FORMATION AND DEVELOPMENT OF CORPORATE CULTURE OF SELF-LEARNING ORGANIZATION

Abstract

The appearance of the concept of self-learning organization was due to the ongoing global changes in the economic space such as the information technology revolution, the restructuring of the global market of goods and services, business restructuring of large corporations and the transformation of the labor market. The world experience of recent years shows that it is learning, or rather, self-learning organizations can become competitive in modern conditions. Different scientists and experts consider self-learning organization as a socio-cultural environment where people expand their productivity opportunities, mastering ways of large-scale thinking, learn how to learn together, increasing the level of their professional development and contribution to the common cause. This is possible in organizations where the priority is to be prepared for internal and external changes and which are characterized by flexibility and adaptability. A self-learning organization is an organization that creates, acquires, preserves, multiplies and transfers knowledge, skills and abilities. Such an organization has the ability to successfully change the forms of its behavior, quickly adapt to changes through continuous training of personnel based on the constant development of competencies and improvement of skills at the individual and group levels. In organizations of this kind, human resources are a particularly important factor in stable production activity and systematic development, and the system of training and development of personnel is considered the basis of its competitiveness.

Key words: corporate culture, self-learning organization, business transformation, efficiency assessment, knowledge, skills, competence development, training.

Corporate culture is unique for each organization set of formal and informal norms and rules of conduct, which are subject to the members of the organization, the structure of power and its competence, the system of rewards and ways of their distribution. It is characterized by values unique to the organization, communication models, basic beliefs that are shared by the members of the organization, acting subconsciously and determining the mode of vision.

In conditions of transition to a post-industrial civilization, when information, knowledge, high technologies, and human resources become the dominant productive resource, they acquire strategic importance and status as a measure of the economic success of a modern creative corporation. The following are the defining factors of the emergence of a post-industrial society. First, the organizational beginning of the post-economic system was theoretical knowledge (and not capital). Secondly, there was an information-computer-Internet revolution, which caused technological growth in production activities.

The interaction of these factors changed the balance of the economy and social policy, subordinating the first two: social policy becomes social engineering and subordinates the economy, and social engineering rebuilds the whole system of social relations [1].

Global processes of sustainable development Post-industrial society, the “society of professionals”, whose distinctive feature becomes the strengthening of the role and significance of the human resource and talent, the issues of human capital management become especially urgent and determine the necessity of appearance and the development of self-learning organizations, acquiring, transferring and preserving knowledge.

The entry of the economy into the information age highlights such intangible factor of competitive micro-level struggle as a corporate culture organization, determining the importance and timeliness of consideration of questions of its assessment, formation and development (Figure 1, p. 97).

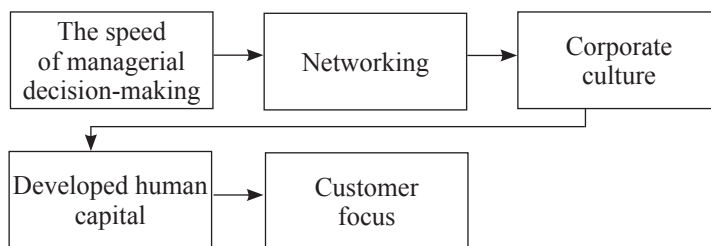


Figure 1 – The factors of company competitiveness in the digital economy

Given the dynamics of changes in the modern world, organizations must be adaptive, their corporate culture aimed at building human capital, should form its internal potential, due to which the socioeconomic system will not only be able to survive in a crisis, but also to develop with further stabilization of external conditions [2].

This type of corporate culture can be called the culture of a self-learning organization. Using the terminology of P. Senge, one can say that the corporate culture of a self-learning organization is a collection of beliefs, attitudes, norms of behavior and values shared by staff who facilitates the creation, acquisition, transfer and preservation of knowledge and competencies.

The concept of P. Senge is based on five “organizational skills”.

The first “skill” – the skill in improving the personality. Although energetic people come to business, few of them remain “on the rise” for a long time. Most start to save their strength, and already by the age of 30–40 they lose their loyalty to the business, a sense of personal importance and enthusiasm. However, only a few companies encourage their employees to move forward, the rest, as a result, have unused, wasted, and lost resources.

The second “skill” is intellectual models. Models, as stereotypes in relation to various managerial situations, are also rooted in us, as well as purely domestic ones. That is why many good management ideas remain unrealized.

The third “skill” is a common vision. Many managers do not attach importance to the fact that their personal vision of the development of the organization is not understood and shared by all employees. According to P. Senge, thanks to the common vision, people learn not because they were told so, but because they want it.

The fourth “skill” is group training. However, in this case it is not only about training or seminars, but also about free exchange of opinions in groups – dialogue. P. Senge believes that it is the dialogue between employees that leads to such insights that can be absolutely inaccessible to everyone individually.

The fifth “skill” is a systemic thinking. Without this discipline, all other skills remain disjointed devices, a fashionable novelty of management science. At the same time, it is vitally important that all five “skills” develop not individually but systematically.

To this end, companies must undergo continuous training, which is a necessary condition for efficiency.

The American psychologist Mike Pedler (1991) offered 11 characteristics of the self-learning organization.

1. Learning, flexible approach to strategy.
2. Employees take an active part in developing the strategy and tactics of the organization.
3. Information is more used to understand what is happening in order to make the right decisions, and not as a basis for reward or punishment.
4. Accounting and control, contributing to the development of the organization.
5. Internal exchange of services between departments.
6. Flexible system of rewards.

7. The “enabling” structure (units and other “boundaries” are seen as a temporary structure, which can be changed if necessary).

8. Studying by all employees of the state of the environment.

9. Continuous exchange of experience with Partners, Clients.

10. The atmosphere in the organization, conducive to learning.

11. Self-development opportunities for employees [3].

All training technologies can potentially be used for more than one purpose. As a result of the research, the following four categories of training methods were identified:

1) supporting (that is, used mainly in the strategy of “preparation of agreements”);

2) methods of forecasting (that is, used mainly for “developing strategies for the future”);

3) carry-over (that is, used both for “preparing agreements” and for “developing future strategies”);

4) utilitarian, or universal (that is, used for all strategies).

The birth of the Self-Learning Organization concept was due to a number of global processes in the business world that affect the vast majority of companies around the world, including:

- ♦ information and technological revolution;

- ♦ restructuring of business (consolidation, reductions, merger);

- ♦ globalization of business of large corporations;

- ♦ the new birth of the concept of strategic planning.

Returning to the problems of evaluation culture, it is necessary to emphasize that most specialists involved in the formation and evaluation of corporate culture, speak only of a qualitative approach to measuring its effectiveness. The main criterion is the degree of its correspondence and support the business development strategy, achievement of the organization’s goals. At the same time, effectiveness of the corporate leaders who are responsible for all levels (above all, higher guide). However, when shifting responsibility to performers who do not have real power, there is a threat that formal performance of work that cannot bring the desired results.

The company management should inform employees, corporate participants training programs that the company invests resources in their development, because they believe in them and connects with them their future. Also, it is important to make sure that the staff sees the connection between the increase of their human capital, the effectiveness of their work, development of their own careers and growth material well-being [4].

In addition, to assess the effectiveness of existing corporate culture can be widely used the same methods, as for its study: empirical methods (observation, experiment), special socio-logical methods (surveys, questionnaires, There are also indicators effectiveness within the qualitative approach: so, offer as a criterion of effectiveness calculate the degree of compliance of the corporate culture to a specific target type. To the auxiliary indicators of effectiveness, they include the degree of conflict, degree of mastering the culture of workers, degree documenting, creativity, the level of community management personnel.

The possibility of quantitative evaluation of the effectiveness of formation processes and development of corporate culture, the basis which can be put investment approach that involves the use of an absolute measure (profit) and a relative (profitability), allowing to produce comparison with existing regulations, and with alternatives.

Such an opportunity gives the use of a set of program-targeted and project management methods, allowing on a systematic basis to develop and develop a corporate culture.

With this in mind, the formation and / or development of corporate culture of self-learning organization involves the implementation of the following program activities: training management category of personnel, organization of corporate holidays, holding corporate training teambuilding, development and implementation of the corporate code.

These activities, differentiated into current and non-recurring ones, form the basis programs for the formation or development of corporate culture self-learning organization.

In organizational theory and practice, organizational learning is seen as a continuous source of creating competitive advantages for the company, as is their strategy of constantly updating methods and increasing the efficiency of all activities. Organizations that are not trained (and therefore do not change) in the context of rapid changes in the external environment are considered doomed.

Hence the recommendation to create groups studying in the process of activity, to focus on the need to generate new ideas in the learning process. There are even attempts to give a symbolic interpretation of organizational learning. This process seems, in particular, in this form:

$$\text{Learning} = P + Q,$$

where P is program training, and Q is learning by asking questions, obtaining evidence, discussing conclusions based on generalization of practical experience. Learning in action, i.e., organizational learning, is based mainly on Q. Its main idea is to organize groups so that each of them has two tasks: one – solve a problem or execute a project; the other is to be trained in the process of accomplishing the tasks, to make the acquired knowledge available to all participants, to present the resulting material to management for subsequent use.

On the basis of recent research, in-house conditions are described in the literature that make training of employees difficult. Such conditions include: habitual activity of the operator, engineering standards, administrative culture, based on well-established ideas about technology management activities. The theory of organizational learning offered five disciplines, the mastery of which is designed to overcome shortcomings in the stereotypes of thinking, knowledge and skills of staff. These disciplines are interrelated, complementary, each of them influences the positive action of all others [5].

These are the following disciplines (conditions) for achieving the main objectives of employee training: system thinking, personal skill, mental model, creating a shared vision, group training.

The practice of self-learning organizations has already developed certain principles, the essence of which is as follows:

- 1) learn faster than competitors;
- 2) to be trained within the organization (from each other and working groups);
- 3) to study outside the organization (from suppliers and consumers);
- 4) to be trained on a vertical (from top to the basis of the organization);
- 5) ask the right questions and apply the training in action;
- 6) predict the future, create scenarios and learn from them;
- 7) apply what they have learned and practice in practice;
- 8) learn faster than the changing environment;
- 9) to study in areas where previously were not trained.

Modern organizations require a high level of creative planning, effective and useful knowledge about new products and new processes, increasing the degree of coordination of joint actions with long-term obligations and understanding the need to solve complex problems.

This requires, in turn, trained workers who openly express their opinion, value knowledge and best solutions, and strive to unite their efforts for general creative work.

LIST OF LITERATURE

- 1 Bernus P., Goranson T., Gotze J. Enterprise engineering and management at the crossroads // *Computers in Industry*. T. 79, 2016. P. 87–102.
- 2 Schein E.H. *Organizational Culture and Leadership*. The Jossey-Bass Business & Management Series. Wiley, 2016. 416 p.
- 3 Шишкова Г.А. Корпоративная культура как инструмент управления организацией // *Вестник Российского гуманитарного университета*. – 2011. – № 4. – С. 105–120.
- 4 Mishra S. Relevance of Kotter's Model for Change in Successfully // *Lean Thinking*. 2017. С. 1–10. URL: <https://hal.inria.fr/hal-01449768/document>.
- 5 Толстых Т.О., Митина Н.Н., Исаева О.В. Формирование и развитие корпоративной культуры самообучающейся организации: оценка эффективности // *Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий*. – 2017. – № 79(1). – С. 469–476.

Андатпа

Ақпараттық технологиялар төңкерісі, тауарлар мен қызметтердің жаһандық нарығын қайта құру, ірі корпорациялардың қызметін қайта құру және еңбек нарығын қайта құру өзін-өзі тану ұйымы тұжырымдамасының пайда болуы жаһандық экономикалық кеңістіктегі үздіксіз жаһандық өзгерістерге байланысты болады. Соңғы жылдардағы әлемдік тәжірибе көрсеткендей, қазіргі жағдайда бәсекеге қабілетті бола алатын студенттер, дәлірек айтқанда, өзін-өзі оқыту ұйымдарына жатады. Өртүрлі ғалымдар мен сарапшылар өзін-өзі тануды ұйымдастыруды әлеуметтік-мәдени орта деп санайды, сондықтан адамдар тиімділік мүмкіндіктерін кеңейтеді, кең ауқымды ойлау әдістерін игереді, бірге оқуды үйренеді, осылайша олардың кәсіби даму деңгейлері мен жалпы іске қосқан үлестері артады. Бұл басымдық ішкі және сыртқы өзгерістерге дайын болғысы келетін және икемділік пен бейімділікпен сипатталатын ұйымдарда мүмкін. Өздігінен білім алатын ұйым – бұл білім, білік дағдыларын қалыптастыратын, меңгеретін, сақтайтын, көбейтетін және жеткізетін ұйым болып табылады. Мұндай ұйымда жеке тұлғалық және топтық деңгейлерде күзіреттіліктерді үнемі дамытуға және дағдыларды жетілдіруге негізделген қызметкерлерді үздіксіз даярлаудың арқасында мінезқұлық формаларын сәтті өзгерту, өзгерістерге тез бейімделу мүмкіндігі бар. Мұндай ұйымдарда адами ресурстар тұрақты өндірістік қызметтің және жүйелі дамудың ерекше маңызды факторы болып табылады, ал қызметкерлерді даярлау және дамыту жүйесі оның бәсекеге қабілеттілігінің негізі болып табылады.

Тірек сөздер: ұйым, корпоративті мәдениет, өзін-өзі оқыту ұйымы, бизнесті трансформациялау, тиімділікті бағалау, білім, дағдылар, күзіреттілікті дамыту, даярлау.

Аннотация

Появление концепции самообучающейся организации было обусловлено происходящими глобальными изменениями в мировом экономическом пространстве: это информационно-технологическая революция, реструктуризация глобального рынка товаров и услуг, реструктуризация бизнеса крупных корпораций и трансформация рынка труда. Мировой опыт последних лет свидетельствует о том, что именно обучающиеся, а точнее, самообучающиеся организации могут стать конкурентоспособными в современных условиях. Различные ученые и эксперты рассматривают самообучающуюся организацию как социокультурную среду, где люди расширяют свои возможности результативности, осваивая способы масштабного мышления, учатся тому, как учиться вместе, повышая уровень своего профессионального развития и вклада в общее дело. Такое возможно в организациях, в которых приоритетом является стремление быть готовыми к внутренним и внешним изменениям и которым свойственна гибкость и адаптивность. Самообучающаяся организация – это организация, которая создает, приобретает, сохраняет, приумножает и передает знания, умения и навыки. Такая организация обладает способностью успешно изменять формы своего поведения, быстро адаптироваться к изменениям за счет непрерывного обучения персонала, основанного на постоянном развитии компетенций и совершенствовании умений и навыков как на уровне индивида, так и на уровне группы. В организациях такого рода человеческие ресурсы являются особо важным фактором стабильной производственной деятельности и планомерного развития, а система обучения и развития персонала считается основой ее конкурентоспособности.

Ключевые слова: корпоративная культура, самообучающаяся организация, трансформация бизнеса, оценка эффективности, знания, навыки, развитие компетенции, обучение.

С.З. ЖАЛЕЛЕВА,¹

PhD.

А.А. ПАСТЕРНАК,¹

PhD.

Р.З. ЖАЛЕЛЕВА,²

д.э.н., доцент.

Университет международного бизнеса.¹

Институт экономики КН МОН РК²

ДОСТИЖЕНИЕ ПАРИТЕТНЫХ ПОЗИЦИЙ НА РЫНКЕ МЕТАЛЛУРГИИ КАЗАХСТАНА

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы конкурентоспособности металлургического комплекса Казахстана, главной отличительной особенностью которого является многопрофильность и цикличность технологических процессов, наличие многих переделов, высокая ресурсоемкость, энергоемкость и капиталоемкость, интенсивность степени воздействия на окружающую среду территории своего размещения, на здоровье проживающего рядом населения и работающего непосредственно на производстве персонала. Повышение конкурентоспособности металлургического комплекса Казахстана связано с необходимостью технологической модернизации, со структурными преобразованиями в металлургическом секторе экономики, с возникновением абсолютно новых технологических решений, производством качественной конкурентоспособной продукции. Перспективы развития отечественной металлургии непосредственно связаны с обеспечением инвестиционных возможностей активов, привлечением новых вливаний отечественных и международных инвесторов в расширение сферы перерабатывающих производств. В связи с этим металлургический комплекс должен развиваться по основным мегатрендам глобальной экономики, а также в соответствии с выделенными императивами развития (выполнение принципов устойчивого развития, которые предполагают учет экономических, экологических и социальных элементов; соблюдение принципов интегрированного мышления, по которым работает цивилизованный рынок). Особое внимание следует уделять безопасной деятельности, социальной ответственности, корпоративной ответственности, борьбе с коррупцией, рациональному использованию ресурсов, применению инновационных технологий, развитию и поддержке научного потенциала и т.п.

Ключевые слова: металлургический комплекс, национальная экономика, глобализация, стратегическое управление, конкурентоспособность, технологическая модернизация, инновации, научный потенциал.

Металлургический комплекс сформировался в Республике Казахстан еще в прошлом столетии, в прежней административной системе. Сложившаяся база горнодобывающей и обрабатывающей сферы металлургии перенесла свои проблемы из народнохозяйственной системы страны того времени и не сумела в полной мере адаптироваться к современным условиям мировой экономики в соответствии с рыночными требованиями. Отечественное металлургическое производство включает горнодобывающие, горнообогатительные и коксохимические предприятия, а также целый спектр сопряженных и вспомогательных служб. Главной отличительной особенностью данной сферы является ее многопрофильность и цикличность технологических процессов, наличие многих переделов, высокая ресурсоемкость, энергоемкость и капиталоемкость, интенсивность степени воздействия на окружающую среду территории своего размещения, на здоровье проживающего рядом населения и работающего непосредственно на производстве персонала. В нашей стране металлургическая промышленность имеет существенные масштабы. Валовая добавленная стоимость металлургической промышленности возросла к 2018 г. как в денежных единицах, так и в долевом соотношении. Та же динамика наблюдается и по добыче металлических руд и производству готовых металлических изделий [1].

В современных условиях металлургический сектор экономики Казахстана принимает активное участие в рыночном взаимодействии с мировыми партнерами. Для обеспечения паритетных отношений необходимо динамичное реагирование на те запросы на качественную конкурентоспособную продукцию, которые выдвигает рынок. В этой связи возникает потребность в использовании маркетинговых приемов, а именно: изучение нужд внешнего мирового и внутреннего отечественного рынков; исследование возможностей отечественного производства с

учетом удовлетворения спроса этих рынков; оценка сбалансированности их предложения и спроса; определение особенностей как ценовых, так и производственных колебаний. Учет перечисленных приемов позволит казахстанским производителям сохранять значимые позиции в формировании предложения на рынке металлургической продукции в перспективном периоде. При этом возникает соответствие обеспечения предложения спросу рынка. В противном случае, не находя спрос на рынке, отвечающий размерам предложения, производители металлопродукции не покрывают собственных расходов, что и происходит на этом рынке с определенной периодичностью.

Повышение конкурентоспособности обуславливает необходимость технологической модернизации, связываемая со структурными преобразованиями в металлургическом секторе экономики, когда возникают абсолютно новые технологические решения, инновационные подвиги в производстве качественной конкурентоспособной продукции. Данное обстоятельство чрезвычайно важно для Казахстана, поскольку технологический уровень производства остается низким из-за высокой изношенности основных производственных фондов. К тому же металлургический комплекс Казахстана до сих пор производит продукцию переделов с низкой добавленной стоимостью.

В соответствии с вышесказанным металлургический комплекс должен развиваться по основным мегатрендам глобальной экономики, которые выразились в семи системных реформах, касающихся управления человеческими ресурсами страны, технологического обновления и цифровизации, конкурентоспособности, правового государства, сильных регионов и урбанизации, модернизации общественного сознания, государственного сектора [2]. Прежде всего эти императивы связаны с необходимостью выполнения принципов устойчивого развития, которые предполагают учет экономических, экологических и социальных элементов. Так как металлургические предприятия вступают в партнерские отношения и являются субъектами бизнеса, соблюдение принципов интегрированного мышления, по которым работает цивилизованный рынок, для них является обязательным. Так, по заявлению отечественных крупных компаний, особое внимание уделяется безопасной деятельности, социальной ответственности, корпоративной ответственности, борьбе с коррупцией, рациональному использованию ресурсов, применению инновационных технологий, развитию и поддержке научного потенциала и т.п. [3, 4].

Направления технологической модернизации металлургического комплекса во многом определяют необходимость использования современных приемов менеджмента со стороны государственного регулирования. Особое место в этом занимает использование подходов когнитивного менеджмента, имеющего прямой выход на экономику знаний, уместный в условиях инновационных преобразований в направлении технологической модернизации. Использование современных технологий управления производственным процессом, организацией (Канбан, Кайдзен, 5С, 6С), позволяющих экономить время и ресурсы, снижать конечную цену на продукцию, наряду с качеством продукции является основным конкурентным преимуществом любого производителя. Внедрение технологий снижения энергоемкости производства на металлургических предприятиях обеспечивает большую результативность и выход конечной продукции. В условиях новой технологической модернизации многие традиционно металлические изделия все чаще заменяются на облегченные композитные материалы, сплавы пластмасс и керамики. Такие замены происходят во многих отраслях, в том числе в медицине, автомобилестроении, авиапромышленности и т.п. Различные виды металлов, среди которых медь, алюминий, никель, кобальт, титан и пр., находят применение в составе композитных материалов и практически не имеют замены. Современные технологии в мировой металлургии позволяют извлекать существующие материалы из горнодобывающих руд. Казахские руды имеют нередко в своем составе редкоземельные благородные металлы и обладают широким спектром возможностей развития производства, полного извлечения полезных компонентов, чтобы не оставлять их в отвалах [5].

Перспективы развития отечественной металлургии непосредственно связаны с обеспечением инвестиционных возможностей активов, привлечением новых вливаний отечественных и международных инвесторов в расширение сферы перерабатывающих производств [6]. Начиная с 2014 г. индекс горнодобывающей промышленности и разработки карьеров снижается, а индекс обрабатывающей промышленности увеличивается с каждым годом. Тем не менее при

сравнении этих же показателей объем горнодобывающей промышленности превышает объем обрабатывающей промышленности в 2018 г. в 1,5 раза, в 2016 г. – в 3,6 раза меньше по сравнению с 2012 г. Таковую динамику можно оценить как положительную, однако темпы роста обрабатывающих секторов экономики представляются недостаточными [7].

По индексу промышленного производства в металлургическом комплексе Республики Казахстан отмечается устойчивый рост в добыче металлических руд и металлургической промышленности. Исключением является 2015 г., когда индекс добычи металлических руд составил 97,6%, а индекс металлургической промышленности оказался наиболее существенным (114,3%), но при этом литье металлов имело понижающую динамику. Это позволило несколько нивелировать крен в соотношении добывающей и обрабатывающей промышленности в пользу последней [7]. Характерно, что отрасли, потребляющие продукцию металлургической промышленности, в тот же период имели понижающие индексы. Данные статистики показывают низкую долю основных видов деятельности, связанных с использованием металлов. Удельный вес металлургической промышленности в целом составляет на конец периода 17,9% и в его составе основная часть отводится производству основных благородных и цветных металлов – 11,1% [7, с. 19–20].

Слабые стороны металлургического комплекса Казахстана во многом обуславливают динамику издержек и ценовых параметров. Из-за геологических особенностей добычи предполагается, что в будущем увеличится ежегодный прирост издержек и составит, например, по медной руде 12%, по железной руде – 18%. В недалекой перспективе потребуются замещение эксплуатации старых месторождений новыми с усложнением технологии добычи, вызванного изменениями уровня залегания руд, их составом и содержанием. К примеру, уже в 2016 г. предстояло вывести из эксплуатации цинковые месторождения, обеспечивавшие 10% мировых. Очевидно, что все эти изменения связаны с большими затратами за пределами сложившихся показателей. Разработка новых месторождений потребует формирования необходимой инфраструктуры их использования, включая как производственную, так и социальную инфраструктуру. Отсюда и возникает потребность в значительных вложениях для территориального освоения и приведения в соответствие с нуждами производства и не только. Рост масштабов производства, освоение новых перспективных проектов обостряют проблему кадрового дефицита, который касается специалистов различных уровней квалификации. Данная проблема вызвана тем, что реализация проектов нередко осуществляется на малонаселенных территориях. В частности, это связано с проектами освоения новых месторождений. Ее решение лежит также в плоскости повышения издержек по кадровому обеспечению. Это привлечение специалистов из других регионов, обучение и переобучение имеющегося персонала. Освоение новых месторождений, разработка перспективных проектов связаны с дополнительными затратами, идущими на разведку и добычу при производстве сырьевой продукции. Все перечисленное увеличивает издержки производства продукции металлургического комплекса и, как следствие, происходит ее удорожание. Очевидно, что такая ценовая динамика повышает доходность металлургического производства. Но при этом необходимо соблюдение баланса цены и качества продукции, соответствие сложившимся в мировой практике стандартам.

Сравнение индексов цен предприятий-производителей промышленной продукции металлургии Казахстана в 2013–2018 гг. и индекс цен приобретения показывает преобладание динамики последних. По ценам производителей в 2013–2015 гг. наблюдалось снижение индексов по всей промышленности. Аналогично складывались цены в горнодобывающей промышленности и разработке карьеров. Цены предприятий-производителей по добыче металлических руд в целом за 2011–2017 гг. возросли на 36,4%, они уступали росту обрабатывающей промышленности (157,2%) и в том числе металлургической промышленности (152,6%) [1, с. 82–85]. Примечательно, что цены приобретения продукции производственно-технического назначения по сравнению с ценами предприятий-производителей в целом по промышленности, по горнодобывающей и разработке карьеров, в том числе и по добыче металлических руд, были преобладающими. Зато индексация цен приобретения в обрабатывающей и металлургической промышленности уступала ценам производителей, была несколько умеренной, составила к концу периода рассмотрения соответственно 148,1% и 132,6%. Сложившаяся индексация цен явилась результатом действия целого ряда факторов, влияющих на их колебания. Среди них можно

отметить как цикличность, имеющую более длительные фазы снижения и нарастания цен, и отдельные социальные, а также экономические, политические факторы, имеющие разные фазы продолжительности.

Авторами предложена схема организации стратегического управления металлургическим комплексом Республики Казахстан, состоящая из трех блоков. Первый включает в себя цели и задачи стратегического управления, акцент в которых сделан на достижение устойчивого развития как металлургического комплекса, так и национальной экономики Республики Казахстан и, как следствие, достижение высокого уровня конкурентоспособности страны и всех входящих в нее элементов. Помимо этого, блок целеполагания включает в себя основные принципы системы управления, а также критерии оценки металлургического комплекса страны, которые коррелируют с достижением основной цели. Выделены функции, формы и методы стратегического управления металлургическим комплексом, в рамках которого выполняются основные функции менеджмента, как общие, так и специфические, связанные с реализацией программ устойчивого развития металлургического комплекса страны. Соответственно, при поставленных задачах по дальнейшему устойчивому развитию отечественных металлургических предприятий могут использоваться различные методы (управляющие воздействия), среди которых административные (прямые и косвенные), социально-экономические, правовые и др.

Во втором блоке рассмотрены организационные элементы стратегического управления металлургическим комплексом Казахстана, в числе которых международные организации и государственные органы, а также инфраструктура. Так, среди организаций, оказывающих воздействие на металлургические комплексы в мировом масштабе, мы рассматриваем Чикагскую торговую палату – мировую биржу цветных металлов, наряду с которой большую роль играют Лондонская, Шанхайская, Нью-Йоркская биржи, Всемирная торговая организация, частью которой совсем недавно стал и Казахстан, Международная организация по стандартизации, Мировая ассоциация по стали, имеющая больше информационный характер. Среди субъектов, оказывающих воздействие на национальный металлургический комплекс, следует выделить в первую очередь Министерство индустрии и инфраструктурного развития РК, Министерство национальной экономики РК, Министерство энергетики РК, Министерство финансов РК, в числе которых воздействие могут оказывать Комитет индустриального развития и промышленной безопасности, Комитет по инвестициям, Комитет экологического регулирования и контроля, Комитет по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и прав потребителей. В вопросе стратегического управления металлургическим комплексом страны в нынешних условиях имеет определенное значение АО «Фонд национального благосостояния «Самрук-Казына», так как в его составе находятся многие крупные предприятия, включая АО «НАК «Казатомпром», АО «НГК «Тау-Кен Самрук». Необходимо подчеркнуть, что государственные структуры могут оказывать лишь косвенное воздействие на предприятия металлургического комплекса страны, так как на большинстве из них активы принадлежат частным лицам. Исключением могут быть лишь те, которые входят в состав национальных управляющих холдингов страны.

И наконец, третий блок представляет взаимодействие элементов металлургического комплекса страны, их связи. Так, прослеживается прямая и обратная связь международных, государственных учреждений и предприятий металлургического комплекса.

Таким образом, в настоящее время основной составляющей металлургического комплекса национальной экономики Республики Казахстан является горнодобывающая промышленность, что выражается в выходе продукции в виде сырья и материалов. Такой расклад сегодня ограничивает получение добавленной стоимости. Будущее – за созданием металлургических производств более высокого передела, за получением продукции последующих переделов, обеспечивающих развитие машиностроения, строительной индустрии и других отраслей промышленности и экспорта. Очевидно, реальными шагами в этом направлении будут производственная модернизация, требующая существенных изменений и обновления оборудования, позволяющих преодолевать высокий износ действующего; внедрение инновационных технологий извлечения и комплексной переработки сырья; увеличение доли продукции с высокой добавленной стоимостью; снижение ресурсо- и энергоемкости и использование современных технологий управления; получение новых видов продукции, востребованных на рынках всех уровней; более активное вовлечение и использование инновационного потенциала и т.д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Предварительные данные за 2018 год: статистический ежегодник. – Нур-Султан, 2019. – 277 с.
- 2 Третья модернизация Казахстана: новые возможности для граждан и качественный рост. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2025 года: https://primeminister.kz/ru/page/view/strategicheskii_plan_razvitiya_kazahstana_do_2025_goda] (дата обращения: 27.05.2018).
- 3 Официальный сайт АО «Казакхмыс»: www.kazakhmys.kz/ (дата обращения 27.05.2018).
- 4 Официальный сайт АО «АрселорМиттал Темиртау»: www.arcelormittal.kz (дата обращения: 03.06.2018).
- 5 Жалелева С.З., Пастернак А.А. Императивы развития металлургического комплекса Казахстана // Вестник Карагандинского университета. Серия Экономика. – 2019. – № 1(93). – С. 215–224.
- 6 Перспективные инвестпроекты Казахстана презентованы катарскому шейху: <http://24.kz/ru/news/economyc/item/240041-perspektivnyye-investproekty-kazahstana-prezentovany-katarskomu-shejkhu> (дата обращения: 20.05.2018).
- 7 Промышленность Казахстана и его регионов: статистический сборник. – Астана, 2018. – 153 с.
- 8 Предварительные данные за 2017 год: статистический сборник. – Астана, 2018.
- 9 Предварительные данные за 2016 год: статистический сборник. – Астана, 2017.

Андатпа

Мақалада Қазақстанның металлургиялық кешенінің бәсекеге жарамдылығы мәселелері қарастырылады, қайсының бас ерекше өзгешелігі технологиялық үдерістің көпсалалы және кезенділігі, көп қайта балқытудың бар болуы, жоғары ресурс сыйымдылығы, энергия сыйымдылығы мен капитал сыйымдылығы, өз орналастыру аумақтың қоршаған ортаға, жақын жерде тұратын халықтың және тікелей өндірісте жұмыс істейтін қызметкерлердің денсаулығына әсер дәрежесінің қарқындылығы болып табылады. Қазақстанның металлургиялық кешенінің бәсекеге жарамдылықтың көтеру технологиялық жаңғыртудың қажеттілікпен, экономиканың металлургиялық секторда құрылымдық өзгерістерімен, абсолютті жаңа технологиялық шешімдердің туындауымен, сапалы бәсекеге жарамды өнімнің өндірісімен байланыстырылған. Отандық металлургия дамуының мүмкіншіліктері активтердің инвестициялық мүмкіндіктерін қамтамасыз етумен, өңдеу өнеркәсіптер саласының кеңейтуіне отандық және халықаралық инвесторлардың жаңа құйылуың тартуымен тікелей байланыстырылған. Осыған байланысты, металлургиялық кешені жаһандық экономиканың негізгі мегатрендтері бойынша, сондай-ақ бөлектелген даму императивтермен сәйкес даму тиіс (тұрақты дамуының қағидаларын орындалуы, қайсылары экономикалық, экологиялық және әлеуметтік элементтерін есепке алу талап етеді; өркениетті нарық істейтін бойынша кіріктірілген ойлау қағидаларын сақтау). Қауіпсіз қызметіне, әлеуметтік жауапкершілікке, корпоративтік жауапкершілікке, сыбайлас жемқорлыққа қарсы күреске, қорларды тиімді пайдалануына, инновациялық технологияларды қолдануына, ғылыми әлеуеттің дамуына және қолдауына және т.б. ерекше назарын аулау керек.

Тірек сөздер: металлургиялық кешен, ұлттық экономика, жаһандану, стратегиялық басқару, бәсекеге қабілеттілік, технологиялық жаңғырту, инновациялар, ғылыми әлеует.

Abstract

This article discusses the competitiveness problems of the metallurgical complex of Kazakhstan, the main distinguishing feature of which is the versatility and cyclical nature of technological processes, the presence of many redistributions, high resource intensity, energy intensity and capital intensity, the intensity of the degree of environmental impact on the territory of its location, on the health of the population living nearby and on the staff working directly on the production. Improving the competitiveness of the metallurgical complex of Kazakhstan is associated with the need for technological modernization, with structural transformations in the metallurgical sector of the economy, with the emergence of completely new technological solutions, and the production of high-quality competitive products. The prospects for the development of domestic metallurgy are directly related to providing investment opportunities for assets, attracting new injections of domestic and international investors to expand the scope of processing industries. In this regard, the metallurgical complex should develop according to the main megatrends of the global economy, as well as in accordance with the identified development imperatives (implementation of the principles of sustainable development, which involve the consideration of economic, environmental and social elements; adherence to the principles of integrated thinking, according to which the civilized market works). Particular attention should be paid to safe activities, social responsibility, corporate responsibility, the fight against corruption, the rational use of resources, the use of innovative technologies, the development and support of scientific potential, etc.

Key words: metallurgical complex, national economy, globalization, strategic management, competitiveness, technological modernization, innovations, scientific potential.

ГТАХР 06.71.07
ӘОЖ 338.43(1-856)

Г.Г. ШИНЕТ,¹

PhD.

Р.О. БУГУБАЕВА,²

э.ғ.к., профессор.

Р.С. БЕСПАЕВА,²

PhD.

А.Т. АБДИКАРИМОВА,²

э.ғ.к., доцент.

Мирас университеті.¹

Қазтұтынуодағы Қарағанды
экономикалық университеті²

АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҚ ӨНДІРІСТІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Андатпа

Мақалада шаруашылық жүргізуші субъектілер қызметінің тиімділігі мәселелері зерделенді, ауыл шаруашылығы өндірісінің тиімділігі ұғымы және түрлері бойынша оны жіктеудің әртүрлі авторлық принциптері қарастырылды, ресурстарға ең аз шығынмен қосымша өндіріс мүмкіндігі ретінде экономикалық тиімділікті негіздейтін «тиімділік» категориясы туралы әртүрлі көзқарасты ғалымдар мен тәжірибеші-мамандардың ой-пікірлері айтылған. Өндірістік-технологиялық тиімділік, өндірістік-экономикалық тиімділік, әлеуметтік-экономикалық тиімділік, ауыл шаруашылығы өндірісінің экологиялық-экономикалық тиімділігі сияқты тиімділік түрлері бойынша мысалдар келтірілген. Шаруашылық жүргізудің әртүрлі нысандарына қолданылатын өндіріс тиімділігінің көрсеткіштеріне жіктеу ұсынылған. Ауыл шаруашылығы ұйымдарының өндірістік қызметінің тиімділік деңгейіне әсер ететін немесе белгілі бір әсер етуге қабілетті барлық факторлар техникалық-технологиялық, әлеуметтік, ұйымдастырушылық, экономикалық, табиғи факторлар топтарына біріктірілген. Сондай-ақ, шаруашылық жүргізудің әрбір түріне (жұртшылық шаруашылықтары, шаруа (фермерлік) қожалықтар), оның тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштер тән болуы мүмкін деген негіздеме берілген. Көрсеткіштерге табиғи немесе құндық түрлері жатқыздырылған. Аталған көрсеткіштер түрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы ауыл шаруашылығы ұйымдарының қызметін бағалау үшін пайдаланылуы мүмкін екендігі атап өтілген. Ауыл шаруашылығы ұйымдарының өндірістік қызметінің тиімділігіне әсер ететін факторлар және шаруашылық жүргізудің әртүрлі нысандарына қатысты өндіріс тиімділігі көрсеткіштерінің сыныптамасы сызба түрінде көрнекі түрде көрсетілген. Ауыл шаруашылығы ұйымдары тиімділігінің өсуін тұрақтандыруға бағытталған ұйымдастыру тетігін жетілдірудің негізгі бағыттары көрсетілген.

Тірек сөздер: ауыл шаруашылығы, агроөндіріс, тиімділік түрлері, шаруашылық нысандары, қызметті бағалау, факторлар, көрсеткіштер.

Ауыл шаруашылығы дамуының барлық кезеңдерінде өндірістің тиімділігі ауыл шаруашылық ғылымдарының басты назарында болды. Тиімділік мәселесінің өзектілігі аграрлық өндіріс субъектілерінің өндірістік-шаруашылық қызметін ғана емес, сондай-ақ олардың қызметінің әлеуметтік-экономикалық аспектілерін де қамтиды. Ғылыми-инновациялық және теориялық позициялар тұрғысынан қолданбалы және іргелі зерттеулерде «тиімділік» категориясы туралы ғалымдар мен тәжірибеші мамандардың арасында әртүрлі көзқарастар қалыптасып, айтылған болатын. Бұл оның күрделілігімен, сан қырлығымен, қарама-қайшылығымен түсіндіріледі. Отандық және шетелдік тәжірибеде өндірістің тиімділігі меншік түріне емес, өндірістің ұйымдастырылуына, ұйым көлемі мен оның қарқындылығына, сондай-ақ экономикалық қатынастарды мемлекеттік реттеу жүйесіне, реттеу сапасына, кадрлардың мамандану деңгейіне байланысты екендігін дәлелдейді. Қазіргі экономиканың нағыз келбетіне экономика ғылымы теориясының бастамасы жауап береді, соған сәйкес меншіктің және шаруашылық жүргізудің түрі өзінің тиімді орнын табады. Сонда да артықшылықтар туралы пікірталастар азаймауда.

Ең алғашқы болып «тиімділік» түсінігі жайлы экономикалық үрдістердің сандық талдауының негізін қалаушы меркантилистер У. Петти және Ф. Кененің еңбектерінде айтылған. Ал К. Маркс экономикалық тиімділікті ресурстардың шығындарын аз жұмсай отырып, қосымша өндіру мүмкіндігі ретінде негіздеген.

Қоғамдық өндірістің тиімділік мәселесі, әсіресе соның ішіндегі ауыл шаруашылығындағы тиімділік мәселесі, отандық экономикалық пайымдауда 60-жылдардағы А.Н. Косыгиннің бастамасы бойынша шаруашылықты реформалауға дайындық кезеңінде, Т.С. Хачатуровтың басқаруымен КСРО ғылым Академиясының ғылыми бағыты құрылған кезде белсенді зерттеле бастады. 1960 жылы халық шаруашылығындағы капитал салымдары мен жаңа техниканың экономикалық тиімділігін анықтаудың Типтік әдістемесі жарыққа шықты. Сол кезеңдегі ұсынылған басылымдарында өндіргіш күштерді дамытумен тікелей байланысты экономикалық тиімділіктің әдістемелік көзқарастары мен көрсеткіштері шаруашылық жүргізудің қазіргі жағдайында да ғылыми-тәжірибелік мәнін сақтады.

XX ғасырдың жартысынан агроөндірістің тиімділігі мәселесі бойынша зерттеулер көбейді. Мәселен, И.Г. Мищенконың (1950 ж.) талдауының объектісі ауыл шаруашылығына капитал салымдарының тиімділігі болды. Экономикалық тиімділік мәселесі өкілдік кеңесте (1960 ж.) ғылыми қоғамдастықпен кеңінен талқыланды және «Ауыл шаруашылығы мәселелерін кешендік шешудің экономикалық тиімділігі» атты ұжымдық еңбекте ұсынылды. Сондай-ақ, П.Л. Клемишевтің, К.П. Оболенскийдің монографияларында (1974 ж.), В.П. Ефимовтың және В.И. Манякиннің талдамалық зерттеулерінде (1977 ж.) ұсынылды. Кейінгі жылдары ауыл шаруашылық өндірістің тиімділігінің теориялық және қолданбалы аспектілерін А.И. Амосов, А.И. Алтухов, В.Р. Боев, А.В. Бусыгин, В.П. Василенко, Д.Ф. Вермель, А.М. Емельяновтың және тағы басқа ауыл шаруашылығы экономистерінің еңбектерінде қарастырылған.

Аграрлық өндірістегі ұйымдық-құқықтық нысандардың тиімділігінің көп қырлылығы және оны бағалаумен байланысты теориялық және тәжірибелік мәселелер экономика ғылымдарының классиктерінің еңбектерінде зерттелген. Олардың кейбіреулері шағын шаруа өндірісін жақтап, оның басқа ауыл шаруашылығын жүргізудің басқа нысандарымен салыстырғанда оның артықшылықтарын дәлелдейді. Ал басқалары кішіге қарағанда ірі ұйымдастырушылық-экономикалық артықшылықтарын қарастырған.

Тиімділік – нәтиженің салыстырмалы көрсеткіші. Тиімділікті келесідей түсіндіруге болады:

- ◆ анықталған нақты нәтиже (бір нәрсені іске асырудың тиімділігі);
- ◆ нәтиженің немесе үрдістің максималды мүмкінсіне, идеалды және жоспарлысына сәйкестігі;
- ◆ жүйелердің функционалды алуан түрлілігі;
- ◆ іс-әрекеттің қанағаттанарлығының сандық сипаттамасы;
- ◆ мақсатты бекітулер мен функциялардың жүзеге асу ықтималдылығы;
- ◆ нақты тиімділіктің талап етілген (нормативті) тиімділікке қатынасы.

В.Г. Гусаковтың пікірінше, экономикалық тиімділікті экономикалық нәтижені шығындар көлеміне бөлу арқылы анықталатын салыстырмалы көрсеткіш деп санайды [1]. Ауыл шаруашылығының экономикалық тиімділігі өндіріс үрдісінде – жер, жұмыс күші және басқа да материалдық ресурстарды қолдану шығыстар мен алынған нәтиженің ара қатынасымен сипатталады.

Г.В. Савицкаяның анықтауы бойынша, «экономикалық тиімділік шаруашылық іс-әрекеттің нәтижесі мен қол жеткіздірілген өндіргіш күштердің деңгейі мен оларды қолдану дәрежесін білдіретін табиғи және заттай еңбек, ресурстар шығындары арасындағы қатынас» болып табылады [2].

И.А. Минаковтың оқу құралында «әлеуметтік-экономикалық тиімділік» термині қолданылған. Алайда, біздің ойымызша, функционалды-салалық бағыт бойынша экономикалық және әлеуметтік тиімділік өзара тығыз байланысты болғанымен бір-бірінен ерекшеленеді және сол себепті бөлек ғылыми талдауды қажет етеді [3].

Ауыл шаруашылық өндірісінің тиімділігі мәселесіне арналған көптеген зерттеулер бұл категорияның күрделі екендігін дәлелдейді. Жиі талқыланатындығын ескере отырып, ең бастысы, оның мазмұны өндірістік шығындарды және олардың нәтижелерін өзара есептеумен байланысты екендігін ескерген жөн. Авторлардың көпшілігінің пікірі ортақ. Олар өндірістің тиімділігі өзара байланысты принциптердің бірлігіне, яғни қойылған мақсатқа жету және нәтиже алуға бағытталған заттай және тірідей шығындардың минималдануына негізделген деп санайды.

Қазіргі кезде экономикалық әдебиеттерде ауыл шаруашылық өндірісі тиімділігінің келесідей түрлері бар: өндірістік-технологиялық, өндірістік-экономикалық, әлеуметтік-экономика-

лық, экологиялық-экономикалық. Өндірістік-технологиялық тиімділік өндірістік ресурстардың (жер, материалдық, еңбек) қолдану деңгейін сипаттайды. Ол келесідей көрсеткіштермен: жер қайтарымы, қор қайтарымы, материалдық сыйымдылық, еңбек сыйымдылығымен сипатталады.

Өндірістік-экономикалық тиімділік өндірістік-техникалық тиімділік пен экономикалық механизм әсерін анықтайды. Оны есептеу үшін өзіндік құн, жалпы және таза табыс, кіріс және тағы басқа көрсеткіштер қолданылады.

Әлеуметтік-экономикалық тиімділік өндірістік-экономикалық тиімділіктен туындаушы болып табылады. Ол кәсіпорын жұмысының тиімділігін жалпылай, сондай-ақ үрдістердің жүзеге асу деңгейін сипаттайды. Оларды бағалауға келесі көрсеткіштер қолданылады. Жер ауданының бірлігіне шаққандағы өнім құны, табыс мөлшері, пайдалылық деңгейі, бір жұмысшыға есептегендегі тұтыну қоры.

Экологиялық-экономикалық тиімділік өндірістің қоршаған ортаға әсерін көрсетеді. Ол келесідей көрсеткіштермен беріледі: қоршаған ортаны ластауды алдын-алушы немесе жоюмен байланысты шығындардың өтелімділігі, сондай-ақ қоршаған ортаның экономикалық ахуалының нашарлауы себебінен ауыл шаруашылық өнімінің шығыс көлемі.

Әлеуметтік тиімділіктің бағалануы арнайы әдістеме бойынша анықталуы тиіс. Жұмысшының өмір сүру әлеуетінің динамикасына арналған маңызды әсері нақты жиынтық табыстың көрсеткіштеріне ие. Нарықтық экономикаға өту табыстар тепе-теңсіздігінің ара қашықтығын ұзарта түсті. Сондықтан тек қана номиналды табыстың индексін емес, сондай-ақ өмір сүру құны индексін де (тұтыну қоржыны) анықтау қажет. Осы индекстердің динамикасын салыстыру жұмысшы және оның жанұясының өмір сүру әлеуетінің талданып отырған кезеңдегі өзгерісі туралы талқылауға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, жұмыссыздық деңгейін (елдің еңбекке жарамды халқының ішіндегі жұмыссыздардың үлесі) ескеру қажет. Нарықтық қатынастарға өту жағдайында, яғни 1991 жылдан бастап, АӨК жұмысшыларының өмір сүру және демалу жағдайы қала халқымен салыстырғанда айтарлықтай нашарлағанын атап өткен жөн.

Ауыл шаруашылық ұйымдардың өндірістік іс-әрекетінің тиімділік деңгейіне белгілі әсер ететін факторларды келесідей топтарға біріктіруге болады: техника-технологиялық; әлеуметтік; ұйымдастырушылық; экономикалық; табиғи (сурет 1).



Сурет 1 – Ауыл шаруашылық ұйымдардың өндірістік іс-әрекетінің тиімділігіне әсер ететін факторлар

Техника-технологиялық факторлар тобында техника, технологиядан бөлек, өндірістің тиімділігіне қайта құрылымдау, әртүрлі дақылдардың сұрыптарын және селекциялау негізінде малдардың тұқымдарын жақсарту үлкен әсер етеді.

Әлеуметтік факторларға ауылдағы өмір сүру жағдайы мен ауыл шаруашылық жұмысшыларының еңбек ету деңгейінде әлеуметтік тиімділік оның еңбек ұжымының әлеуметтік дамуымен тікелей байланысты. Бұл келесідей мәселелердің шешімінде өз орнын табады:

- ◆ ауыр қол еңбегі, бірсарынды және біліктілігі төмен еңбекті азайту және мүмкіндігі бойынша қысқарту;

- ◆ техника қауіпсіздігін қамтамасыз ету, санитарлық шарттарды сақтау;

- ◆ жұмыс орындарының ұйымдастырылуын жақсарту;

- ◆ кәсіпорын жұмысшыларының біліктілігін, жалпы білім беру және мәдени деңгейін арттыруға жәрдемдесу;

- ◆ ауыл шаруашылық жұмысшыларының және олардың жанұяларының медициналық қызмет көрсетулерін жақсарту;

- ◆ ауылдық аймақтардағы күнделікті қызмет көрсету саласын дамыту;

- ◆ өмір сүру жағдайларын жақсарту және тағы басқалары.

Негізгі ұйымдастырушылық факторлардың қатарына келесілерді жатқызуға болады: кәсіпорынның ұйымдық-құқықтық нысаны, шаруашылық көлемі, басқару жүйесі (басшылықтың инновацияға қабілеті) және бухгалтерлік есепті, өндірістік құрылымды ұйымдастыру және тағы басқалар [4].

Негізгі экономикалық факторлардың қатарына келесілерді жатқызуға болады: инфляция, дотация және субсидия, өндіріс құралдарының бағасы, өткізу нарығы мен өткізу бағалары. Табиғи факторларға климаттық жағдайлар, құнарлы топырақ жатады. Өндірістің экономикалық тиімділігін арттыруда әлеуметтік факторлардың рөлі өте маңызды болып табылады. Тек қана көрсеткіштердің жүйесі ғана кешенді талдау жүргізуге және ауыл шаруашылық өндірістің экономикалық тиімділігін арттырудың негізгі бағыттары туралы сенімді тұжырымдар жасауға мүмкіндік береді.

Тиімділік мәселесі туралы қызу пікірталастар аграрлық әдебиеттерде көбейе түсті. Тиімділікті талдауға әртүрлі әдіснамалық тәсілдер анықтала бастады. К.К. Котов, К.П. Оболенский, Н.В. Клемышев, Е.С. Карнухова ауыл шаруашылық экономистері сол кезеңдегі әміршіл-әкімшіл жүйенің қағидаларына сай табиғи-заттай бағалауға, еңбек шығындарына құндық категориялар мен көрсеткіштерге екінші ретті және қосалқы рөл берді. Басқа зерттеушілер (И.Н. Буздалов, В.Г. Вежнер, В.П. Василенко, Л.Н. Кассиров, В.А. Морозов және тағы басқалары) керісінше, шығындар мен нәтижелерді есептеудің құндық түрлеріне көңіл бөледі, нарықтық экономиканың қағидаларына сүйенеді.

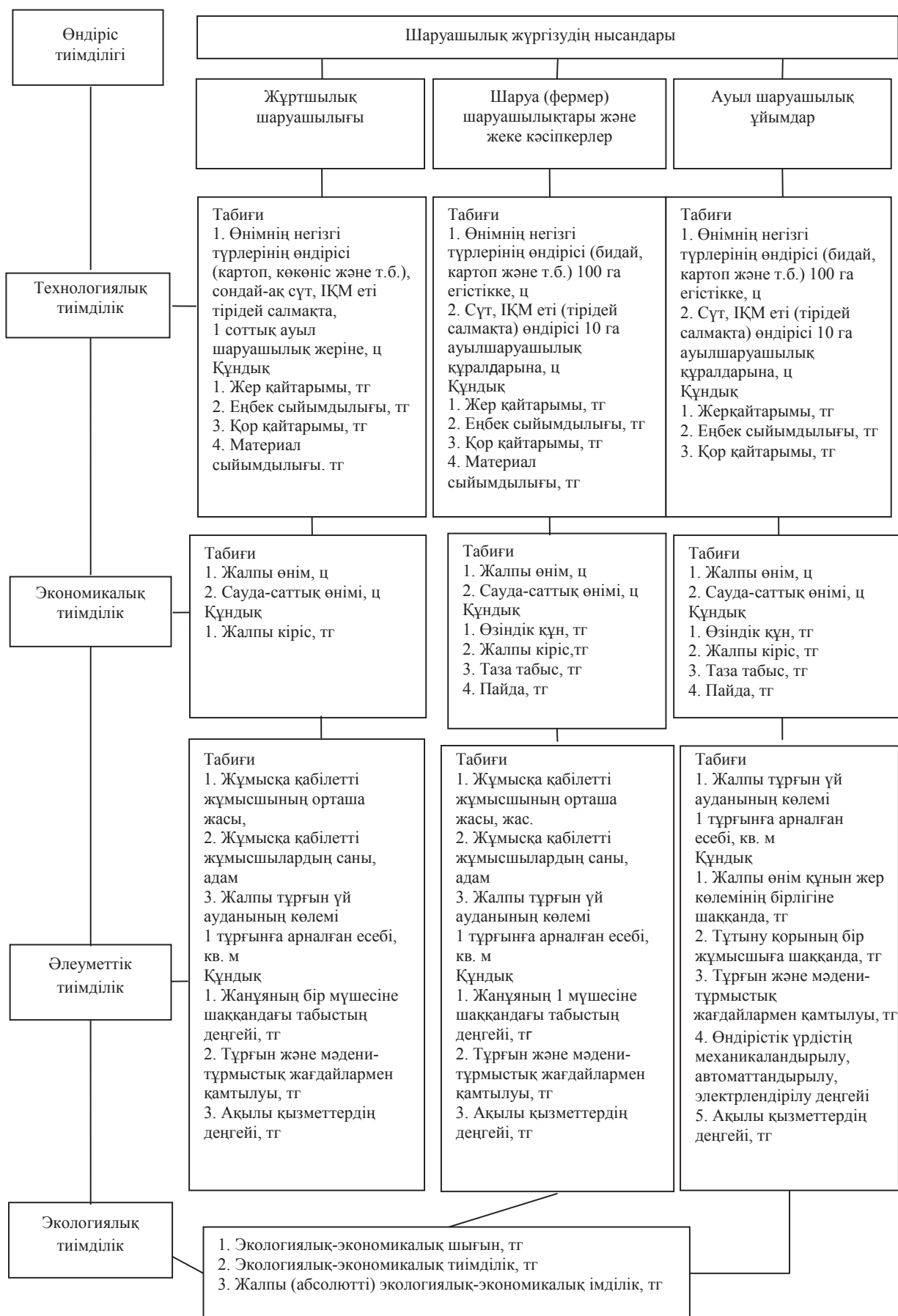
Бірақ шаруашылық жүргізудің әртүрлі нысандарына тиімділік көрсеткіштерін қалай қоладану керектігін ұсынбаған. Біздің ойымызша, мұны былай түсіндіруге болады, жеке қосалқы шаруашылықтар мен шаруа немесе фермер қожалықтары бұрынғы ауыл шаруашылық ұйымдармен салыстырғанда да, қазіргі заманғы әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы әрқилы кәсіпорындарымен салыстырғанда да ұсақ тауар өндірісі деңгейінде болып табылады.

Екіншіден, олардың іс-әрекеттері бірінші кезекте, өз қажеттіліктерін өтеуге, кейінгі кезекте өндірілген ауыл шаруашылық өнімнің белгілі бөлігін өткізу есебінен ақшалай табыс көзі болып табылған.

Үшіншіден, фермерлік шаруа қожалықтары заңды түрде кейінірек нақтыланған. Ал жұртшылықтың жеке қосалқы шаруашылығы жайлы арнайы заңның жоқтығы да бар.

Әртүрлі пікірлерді ескере отырып, әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы шаруашылықтарда аграрлық өндірістің экономикалық тиімділігін жан-жақты сипаттауға мүмкіншілік беретін келесідей көрсеткіштер жүйесін ұсынамыз (сурет 2, б. 110).

Ауыл шаруашылық өндірістің экономикалық тиімділігі жеке және жалпы көрсеткіштерге бөлінеді. Жеке көрсеткіштер ресурстардың жекелеген түрлерін немесе қолдануды сипаттайды, ал жалпы көрсеткіштер ресурстық әлеуеттің және барлық ағымды шығындарды қолданудың экономикалық тиімділігінің синтетикалық бағалауын сипаттайды. Тиімділік көрсеткіштері ішінде ресурстарды қолдануда жеке көрсеткіштер қатарына келесілерді жатқыздыруға болады: жердің қайтарымы, қор қайтарымы, ал жалпы көрсеткіштерге – ресурс қайтарымы. Тиімділік көрсеткіштері ішінде шығындарды қолдану бойынша жеке көрсеткіштерге өзіндік құн, материал сыйымдылығы, еңбек сыйымдылығы, ал жалпы көрсеткіштерге – пайдалылық деңгейі жатады [4].



Сурет 2 – Шаруашылық жүргізудің әртүрлі нысандарына қатысты өндіріс тиімділігі көрсеткіштерінің сыныптамасы

Ауыл шаруашылық өндірістің экономикалық тиімділігі табиғи және құндық көрсеткіштер жүйесімен сипатталады. Бастапқы көрсеткіш ретінде, әрине, табиғи көрсеткіштерді есептейді: өнім түсімі, ауыл шаруашылық жануарларының өнімділігі. Жоғары өнімділік, жануарлардың өнімділігін көтеру мәселесіне ауыл шаруашылығының бастапқы мақсаттары жауап береді, халықтың өмір сүру деңгейін арттыру мақсатында тұтыну құны өндірісін арттыру. Өнімділік көлемі басқа көрсеткіштердің көлеміне тікелей әсер етеді.

Алайда табиғи көрсеткіштер қол жеткізген тиімділіктің бір жағын ғана көрсетеді. Экономикалық тиімділікті анықтау үшін өнім түсімділігі мен малдың өнімділігін қамтамасыз етуші жиынтық еңбек шығының мәнін білу қажет. Өнімнің түсімділігінің бір деңгейі әртүрлі еңбек шығын мен өндіріс құралдарына қол жеткізгенде мүмкін болуы әбден мүмкін. Сондай-ақ, бірдей өнім түсімділігінде олардың сапасы әртүрлі болуы да ықтимал. Бұл да, өз кезегінде, өндірістің тиімділігіне әсер етеді [5].

Өндіріс нәтижесі мен шығын көлемін есептеу үшін өндірілген өнім көлемін құндық түрге өткізеді. Құндық көрсеткіштердің тек есептік қана емес, сондай-ақ экономикалық мәні де болады, өйткені оларды көмегімен тауарлы-ақшалай қатынастар анықталады [6].

Бұл көрсеткіштер әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы ауыл шаруашылық ұйымдарының шаруашылық іс-әрекеттерін бағалауға қолдануға болады. Аймақтағы әртүрлі ұйымдық-құқықтық нысандағы шаруашылықтардың көрсеткіштерін есептеу және салыстыру олардың салыстырмалы тиімділігі туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді [7].

Ауыл шаруашылық ұйымдардың тиімділігінің өсімін тұрақтандыруға бағытталған ұйымдастырушылық механизмді жетілдірудің негізгі бағыттары келесідей болып табылады:

- ◆ жер мен мүліктердің меншікте сақталуын қамтамасыз ету;
- ◆ еңбекке төлем жүйесінің соңғы шаруашылық нәтижесімен барынша тығыз байланысуы;
- ◆ құрылымдық бөлімшелердегі ұжымдардың ішкі шаруашылық есебінің дамуы, олардың іс-әрекетінің соңғы нәтижесіне қызығушылығын арттыру.

Сонымен, қорытындылай келгенде, экономикалық тиімділік – маңызды әлеуметтік-экономикалық категория, оны екі: сандық және сапалық жақтарынан сипаттауға болады. Сапалық жағы логикалық, теориялық мазмұнын, яғни категория мәнін, сандық жағы уақытты үнемдеу заңын, әсіресе, бүкіл өндірістік үрдістің барысындағы қоғамдық өндірістің мақсаттарына қол жеткізуде және бүкіл халық шаруашылық масштабта оның жекелеген фазаларындағы, жеке аймақтардың, салалардың, шаруашылық субъектілердің уақытын үнемдеуді сипаттайды. Қоғамдық дамудың барлық қадамдарындағы экономикалық тиімділіктің критерийі осы болып табылады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Гусаков В.Г. Предложения по интенсификации и повышению эффективности основных товарных отраслей растениеводства. – Минск: Институт экономики НАН Беларуси, 2007. – 36 с.
- 2 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учебник. – Минск: Новое знание, 2005. – 160 с.
- 3 Минаков И.А. Экономика сельского хозяйства. – М.: Колос, 2005. – 400 с.
- 4 Экономика сельского хозяйства: учебник / Г.А. Петранёва, Н.Я. Коваленко, А.Н. Романов, О.А. Моисеева / под ред. проф. Г.А. Петранёвой. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. – 288 с. (ПРОФИЛЬ).
- 5 Нечаев В. Оценка экономической эффективности / В. Нечаев, Н. Сейфетдинова, С. Фетисов // Экономика сельского хозяйства России. – 2009. – № 10. – С. 46–54.
- 6 Гатаулин А.М. О системном подходе к оценке экономической эффективности в АПК // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2006. – № 8. – С. 8–11.
- 7 Экономика сельского хозяйства: учебник / Н.Я. Коваленко, Ю.И. Агибров, Н.А. Серова и др. – М.: ЮРКНИГА, 2004. – 384 с.

Аннотация

В статье изучены вопросы эффективности деятельности хозяйствующих субъектов, рассмотрены понятие эффективности сельскохозяйственного производства и различные авторские принципы классификации его по видам, изложены мнения ученых и специалистов-практиков с различными взглядами на категорию «эффективность», обосновывающих экономическую эффективность как возможность дополнительного производства с минимальными затратами на ресурсы. Приведены примеры по видам эффективности, таким, как производственно-технологическая эффективность, производственно-экономическая эффективность,

социально-экономическая эффективность, эколого-экономическая эффективность сельскохозяйственного производства. Предложена классификация показателей эффективности производства применительно к различным формам хозяйствования. Все факторы, влияющие или способные оказывать определенное воздействие на уровень эффективности производственной деятельности сельскохозяйственной организации, объединены в группы факторов: технико-технологические, социальные, организационные, экономические, природные. Также дано обоснование того, что каждой форме хозяйствования (хозяйства населения, кретьянские (фермерские) хозяйства) могут быть присущи показатели, характеризующие ее эффективность. Отмечено, что данные показатели могут быть использованы для оценки деятельности сельскохозяйственных организаций различных организационно-правовых форм. Наглядно показаны факторы, влияющие на эффективность производственной деятельности сельскохозяйственных организаций и классификация показателей эффективности производства различных форм хозяйствования в виде схемы. Перечислены основные направления совершенствования организационного механизма, направленного на стабилизацию роста эффективности сельскохозяйственных организаций.

Ключевые слова: сельское хозяйство, агропроизводство, виды эффективности, формы хозяйствования, оценка деятельности, факторы, показатели.

Abstract

The article is devoted to the issues of efficiency of economic entities, the concept of efficiency of agricultural production and various author's principles of its classification by different types, the opinions of scientists and practitioners with different views on the category of "efficiency", justifying economic efficiency as a possibility of additional production with minimal costs for resources. Examples are given by types of efficiency, such as production and technological efficiency, production and economic efficiency, social and economic efficiency, ecological and economic efficiency of agricultural production. Classification of indicators of efficiency of production in relation to various forms of management is offered. All factors that affect or can have a certain impact on the level of efficiency of production activities of agricultural organizations combined into groups of factors such as technical, technological, social, organizational, economic, natural. The justification that every form of economy (households, farmer economy) can be characterized by the indicators of its efficiency is given. It was noted that these indicators can be used to assess the activities of agricultural organizations of different organizational and legal forms. The factors influencing efficiency of production activity of the agricultural organizations and classification of indicators of efficiency of production of various forms of managing in the form of the scheme are visually shown. The main directions of improvement of the organizational mechanism aimed at stabilizing the growth of efficiency of agricultural organizations are listed.

Key words: agriculture, agroproduction, types of efficiency, organizational forms, assessment of performance, factors, indicators.

Р.Н. ЖАНГИРОВА,¹
к.э.н., доцент.
Казахский национальный
аграрный университет¹

АНАЛИЗ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОИЗВОДСТВА АГРАРНОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация

В статье отражены содержательные элементы процесса обеспечения устойчивости производства применительно к организациям аграрного сектора. Обозначена необходимость экономической, социальной и экологической составляющих в устойчивости развития отрасли. Проведена систематизация факторов устойчивости аграрного производства, позволяющая объединить их вокруг взаимосвязанных признаков, сочетающих природные и экономические условия хозяйствования, и выявлен характер их воздействия на развитие сельского хозяйства. Проанализированы основные статистические данные развития аграрного сектора страны за 2018 г., рассчитаны относительное и абсолютное изменения валового сбора. Оценено влияние факторов урожайности культур, размеров посевных площадей, структуры посевов. В статье проводится моделирование устойчивости производства сельскохозяйственных культур в Республике Казахстан. Для этого применяется классический аппарат математической статистики и соотношения, позволяющие провести численные оценки устойчивости производства. На основании данных урожайности зерновых в Республике Казахстан за 2014–2018 гг. для каждой сельскохозяйственной культуры вычислены средние значения, средние квадратические отклонения, коэффициенты вариации и устойчивости. Установлено, что наиболее устойчивой для производства является кукуруза, а самым рискованным – производство проса. Указаны дальнейшие направления экономических преобразований в аграрном секторе страны. Обосновываются пути достижения устойчивости сельскохозяйственного производства Республики Казахстан.

Ключевые слова: аграрная сфера, устойчивость, зерновые культуры, производство, валовой сбор, урожайность, органическое сельское хозяйство, конкурентоспособность.

Аграрный сектор как важная сфера экономики страны в значительной степени обеспечивает продовольственную безопасность. Несмотря на активное развитие отечественного сельскохозяйственного производства, в аграрной отрасли Республики Казахстан имеется большой неиспользуемый потенциал, остаются проблемы низкой производительности, эффективности инструментов государственной поддержки, взаимодействия науки и производства, а также неразвитости систем сбыта и хранения сельскохозяйственных товаров [1].

Аграрная наука рассматривает интенсивные и экстенсивные методы ведения сельского хозяйства в качестве основных направлений, обеспечивающих главенствующие результаты: увеличение объемов сельскохозяйственной продукции; сокращение затрат и издержек производства; повышение экономического плодородия и реальной ценности земельных ресурсов. Выбор того или иного направления зависит от сочетания у конкретного производителя земельных, трудовых и материально-финансовых ресурсов, их доступности и взаимозаменяемости [2].

На устойчивость аграрного сектора влияют различные факторы и условия. Классифицируя их, необходимо учитывать деление устойчивости развития отрасли на экономический, социальный и экологический компоненты.

Воздействующие на устойчивость сельского хозяйства факторы и условия можно подразделить на внешние и внутренние. Внешняя среда является важнейшим условием функционирования аграрного сектора, определяющим все внутренние факторы хозяйствующих субъектов. Стимулирующее или тормозящее влияние внешних факторов на устойчивость раскрывают следующие условия:

- ◆ институциональные преобразования;
- ◆ среда доступности ресурсов;
- ◆ уровень конкуренции;
- ◆ развитая система внутреннего спроса;
- ◆ формы государственной поддержки;
- ◆ межотраслевой обмен;
- ◆ эффективность сбыта продукции;

- ◆ обеспечение инновационного характера аграрного развития;
- ◆ привлекательность отрасли для инвестирования;
- ◆ ценовая и налоговая политика;
- ◆ природно-климатический потенциал;
- ◆ состояние окружающей среды и разнообразие природных ресурсов;
- ◆ кооперация и интегрированные структуры;
- ◆ социальные аспекты;
- ◆ внешнеэкономические условия.

Воздействие внутренних факторов на устойчивость сельхозтоваропроизводителей зависит от конкурентоспособных профессиональных кадров, применяющих инновационные технологии, модернизирующих и диверсифицирующих производство, эффективно использующих ресурсный потенциал, адаптирующихся к изменяющимся условиям рыночной среды. На устойчивое развитие сельского хозяйства и отдельных его отраслей влияют также такие внутренние факторы и условия, как размещение, специализация и концентрация сельскохозяйственного производства в соответствии с местными особенностями; потенциал экономических и интеллектуальных ресурсов и их использование; внутренняя инфраструктура; качество и конкурентоспособность продукции; организационно-хозяйственные формы предприятия; качество организации производства и управления; инвестиционное развитие и инновационная активность; мониторинг изменения спроса, предложения и рыночных цен; наличие резервных мощностей, ресурсов, сельскохозяйственного сырья; мотивация труда. Эффективное функционирование трудовых ресурсов, средств производства, материальных ресурсов, производства, финансов, инноваций и инвестиций обуславливает повышение устойчивости сельхозпредприятий [3].

Органическое сельское хозяйство, максимально используя биопотенциал почвы, растений, животных, способно свести к минимуму экологические, социальные и экономические риски, а также помочь сельским жителям в повышении уровня доходов, улучшении качества жизни. Фермеры, освоившие правила и стандарты экопродукции, имеют все шансы превзойти показатели традиционной системы аграрного производства с позиций урожайности, продуктивности животных, качества продукции и экономической эффективности. Экологически чистое производство для сельхозтоваропроизводителей Республики Казахстан является неразвитым в достаточной мере, но открывает для них новые перспективы. Это инновационное направление предусматривает использование положительного опыта унаследованных от старших поколений местных традиций ведения экологического сельского хозяйства [4].

По итогам 2018 г. объем валового выпуска продукции (услуг) сельского хозяйства Республики Казахстан составил 4 388,6 млрд тенге, что выше уровня соответствующего периода предыдущего года на 7,1%. Рост объема производства агросектора обусловлен увеличением стоимости продукции растениеводства на 3,1% и продукции животноводства – на 3,9%. Увеличение объемов сельскохозяйственного производства в 2018 г. против уровня 2017 г. наблюдается в 13 областях страны.

Показатели животноводства демонстрируют стабильную динамику. На 1 января 2019 г. по сравнению с аналогичной датой прошлого года во всех категориях хозяйств численность лошадей увеличилась на 8,6% и достигла 2 623,7 тыс. голов, крупного рогатого скота – соответственно на 5,5% и 7 137,9 тыс. голов; овец – на 2,2% и 16,4 млн голов; верблюдов – на 4,7% и 202,2 тыс. голов; птицы – на 11,5% и 44,5 млн голов. Поголовье свиней снизилось на 1,5% и составило 802,7 тыс. голов. На 1 января 2019 г. 56,4% крупного рогатого скота зависит от хозяйств населения, 33,6% дают крестьянские и фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели, 10% приходится на сельхозпредприятия; по овцам – соответственно 55,9%, 39,1% и 5%; козам – 71,4%, 28% и 0,6%; свиньям – 61,5%, 11,8% и 26,7%; птице – 26%, 1,1% и 72,9%. В 2018 г. забито в хозяйствах или реализовано на убой всех видов скота и птицы в живом весе 1 870,7 тыс. тонн, что по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года больше на 4,3%, производство коровьего молока увеличилось на 3,3% и составило 5 642,2 тыс. тонн, производство куриных яиц возросло на 9,6% и составило 5 574,6 млн штук.

Уточненная посевная площадь сельскохозяйственных культур в целом по Казахстану в 2018 г. составила 21 899,4 тыс. гектаров, что на 0,3% больше, чем в прошлом году. Убранная площадь зерновых (включая рис) и бобовых культур – 15 034,6 тыс. гектаров, или 99,2% от уточненной посевной площади, масличных культур – соответственно 2 775,8 тыс. гектаров и 97,9%, овощей открытого грунта – 151,8 тыс. гектаров и 99,6%, картофеля – 192,3 тыс. гектаров

и 99,7%, хлопка – 132,6 тыс. гектаров и 100%. Валовой сбор зерновых (включая рис) и бобовых культур в весе после доработки уменьшился по сравнению с уровнем 2017 г. на 1,5% и составил 2 276,8 тыс. тонн. При этом валовой сбор масличных культур возрос на 14,2% и составил 2 693,6 тыс. тонн, хлопка – на 4% и 343,6 тыс. тонн, картофеля – на 7,2% и 3 807,0 тыс. тонн. По сравнению с уровнем 2017 г. урожайность зерновых (включая рис) и бобовых культур в весе после доработки увеличилась на 0,3% и составила 13,5 ц/га. 2018 г. более урожайным оказался для сахарной свеклы (рост урожайности – на 11,3%), хлопка (на 6,2%), картофеля (на 1,9%), овощей открытого грунта (на 1,4%) [5].

Рассмотрим данные за 2017–2018 гг. по площади посева и урожайности зерновых культур в Республике Казахстан (таблица 1).

Определим общее изменение валового сбора зерновых:

$$194\,303 - 194\,749 = -446 \text{ тыс. ц,}$$

в том числе по факторам:

1) за счет изменения урожайности:

$$194\,303 - 195\,749 = -1\,446, \text{ или } (13,3855 - 13,4851) 14\,515,9 = -1\,446 \text{ тыс. ц}$$

2) за счет изменения посевных площадей:

$$(14\,515,9 - 14\,638,8) 13,3036 = -1\,635 \text{ тыс. ц}$$

3) за счет изменения структуры посевных площадей:

$$(13,4851 - 13,3036) 14\,515,9 = 2\,635 \text{ тыс. ц}$$

Таблица 1 – Площадь посева, урожайность и валовой сбор зерновых культур в Республике Казахстан за 2017–2018 гг.

Культура	Исходные данные				Расчетные данные		
	Площадь посева, тыс. га		Урожайность, ц/га		Валовой сбор, тыс. ц		
	2017 год	2018 год	2017 год	2018 год	2017 год	2018 год	условный
Пшеница	11 976,6	11 410,0	12,4	12,3	148 510	140 343	141 484
Рожь	32,5	23,0	12,5	10,5	406	242	288
Овес	215,2	239,7	13,3	14,3	2 862	3 428	3 188
Гречиха	148,9	98,8	8,5	8,6	1 266	850	840
Кукуруза	138,7	153,3	57,4	57,4	7 961	8 799	8 799
Ячмень	2 084,2	2 545,2	16,0	15,8	33 347	40 214	40 723
Просо	42,7	45,9	9,3	9,3	397	427	427
Итого	14 638,8	14 515,9	–	–	194 749	194 303	195 749

Результаты расчетов представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Относительное и абсолютное изменение валового сбора зерновых в Республике Казахстан за счет отдельных факторов

Факторы	Индексы	Изменение, процент	Абсолютное изменение, тыс. ц
Урожайность культур	0,993	–0,7	–1 446
Размеры посевных площадей	0,992	–0,8	–1 635
Структура посевов	1,013	1,3	2 635
Всего	0,998	–0,2	–446

Так, валовой сбор зерновых культур в 2018 г. по сравнению с 2017 г. сократился на 446 тыс. ц, или на 0,2%. Основной причиной было сокращение размера посевной площади на 122,9 тыс. га (–0,8%), за счет чего он уменьшился на 1 635 тыс. ц. Урожайность культур снизилась в среднем на 0,1 ц (–0,7%), что уменьшило валовой сбор на 1 446 тыс. ц. При этом при снижении урожайности пшеницы, ржи, ячменя ее уровень по овсу и гречихе возрос соответственно на 7,5 и 1,2%. За счет структуры посевов урожайность зерновых культур повысилась в среднем на 0,2 ц/га, или на 1,3%, а валовой сбор увеличился на 2 635 тыс. ц. Улучшение структуры выразилось в первую очередь в расширении площадей ячменя и в повышении его удельного веса в посевах с 14,2% до 17,5%.

В таблице 3 приведены данные об урожайности зерновых за пять последних лет, которые будут использованы в качестве исходных данных.

Таблица 3 – Исходные данные (урожайность) для расчета коэффициента устойчивости производства сельскохозяйственных культур (в центнерах с га) в Республике Казахстан за 2014–2018 гг.

Культура	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Пшеница	10,9	11,9	12,1	12,4	12,3
Рожь	13,9	9,8	11,5	12,5	10,5
Овес	11,8	11,9	16,0	13,3	14,3
Гречиха	7,2	7,3	9,1	8,5	8,6
Кукуруза	52,8	53,3	56,4	57,4	57,4
Ячмень	12,6	13,1	17,1	16,0	15,8
Просо	6,3	7,9	11,0	9,3	9,3

Исходя из данных таблицы 3, для каждой зерновой культуры вычисляется среднее значение урожайности. Далее рассчитывается среднее квадратическое отклонение урожайности от среднего значения. Затем находим коэффициенты колеблемости и устойчивости производства сельскохозяйственных культур.

Результаты расчетов перечисленных показателей отражены в таблице 4.

Таблица 4 – Результаты расчетов коэффициента устойчивости производства зерновых культур (в процентах) в Казахстане

Наименование культуры	Среднее значение урожайности	Среднее квадратическое отклонение урожайности	Коэффициент колеблемости	Коэффициент устойчивости производства
Пшеница	11,92	0,60	5,03	94,97
Рожь	11,64	1,62	13,92	86,08
Овес	13,46	1,76	13,08	86,92
Гречиха	8,14	0,84	10,32	89,68
Кукуруза	55,46	2,25	4,06	95,94
Ячмень	14,92	1,96	13,14	86,86
Просо	8,76	1,76	20,09	79,91

Необходимым показателем использования земельных ресурсов является расчет коэффициента устойчивости производства сельскохозяйственных культур. Он рассчитывается на основании статистических данных – урожайности соответствующих видов сельскохозяйственных культур за несколько лет для получения необходимой достоверной статистической выборки.

Из таблицы 4 видно, что самой надежной для производства является кукуруза, имеющая коэффициент устойчивости 95,94%. Установлено, что к наиболее устойчивым для возделывания в Республике Казахстан также относится пшеница, а к наименее устойчивым – производство гречихи, овса, ячменя, ржи и проса.

В процессе роста и развития культурных растений на них в разной мере воздействуют те или иные факторы, имеющие случайный или целенаправленный характер. К первым относятся природно-климатические факторы (погодные условия, физические и химические свойства почвы и т.п.), ко вторым – техногенные, представляющие собой факторы, с помощью которых возможно влиять на урожай (удобрения, обработка почвы, защита растений от вредителей и болезней и др.). Характерной особенностью техногенных факторов является их ограниченный потенциал, обусловленный рядом причин, в том числе экологических [6].

Одним из необходимых условий выхода хозяйствующих субъектов аграрного сектора на качественно новый уровень хозяйствования является разработка и реализация инновационных моделей их развития. Очевидно, что эффективность реализации таких моделей будет зависеть от их комплексности и степени охвата всех элементов, определяющих условия функциониро-

вания агроэкономических систем, материально-технической базы хозяйствующих субъектов и адекватных организационно-экономических механизмов.

Таким образом, для эффективного развития отрасли необходимо рациональное сочетание элементов государственного регулирования и рыночного саморегулирования хозяйствующих субъектов, направленное на поддержание устойчивости воспроизводственных процессов, быструю адаптацию сельскохозяйственных товаропроизводителей к рисковому факторам рыночной среды, эффективное функционирование в условиях глобализации рынков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Альмухамедова Н. Что мешает сельскому хозяйству Казахстана стать драйвером экономики: analytics.cabar.asia.

2 Эльдиева Т., Соловьев С. Интерпретация землепользования как результат взаимодействия основных факторов сельскохозяйственного производства // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2015. – № 6. – С. 3–5.

3 Жангирова Р.Н. Оценка экономической устойчивости сельскохозяйственных предприятий Республики Казахстан // Статистика, учет и аудит. – 2018. – № 4 (71). – С. 123–129.

4 Муминов А. Сельское хозяйство – основа сильной экономики: <https://kapital.kz>.

5 Статистический сборник «Сельское, лесное и рыбное хозяйство в Республике Казахстан»: www.stat.gov.kz.

6 Фурсов С.В. Роль пшеницы в реализации экспортного потенциала зернового рынка на основе достижений селекции // АПК: экономика, управление. – 2018. – № 5. – С. 40–51.

Андатпа

Мақалада аграрлық сектор ұйымдары үшін тұрақтылығын қамтамасыз ету процесінің маңызды элементтері көрсетілген. Саланың даму тұрақтылығында экономикалық, әлеуметтік және экологиялық компоненттердің қажеттілігі көрсетілген. Ауылшаруашылық өндірісінің тұрақтылық факторларына жүйелеу жүргізілді, бұл оларды басқарудың табиғи және экономикалық жағдайларын өзара байланысты белгілердің айналасында біріктіруге мүмкіндік береді және олардың ауыл шаруашылығының дамуына әсер ету сипаты анықталды. Еліміздің аграрлық секторының 2018 ж. арналған негізгі статистикалық мәліметтері талданып, жалпы түсімнің салыстырмалы және абсолютті өзгерістері есептелген. Егістік факторларының, егіс алаңының мөлшері мен дақылдардың құрылымының әсері бағаланады. Мақала Қазақстан Республикасындағы өсімдік шаруашылығы өнімінің тұрақтылығын модельдейді. Ол үшін өндірістің тұрақтылығын сандық бағалауға мүмкіндік беретін математикалық статистика мен қатынастардың классикалық аппараттары қолданылады. 2014–2018 жж. Қазақстан Республикасындағы астық шығымдылығы туралы мәліметтер негізінде әр дақыл үшін орташа мәндер, стандартты ауытқулар, өзгеру және тұрақтылық коэффициенттері есептеледі. Өндіріс үшін ең тұрақтысы жүгері екендігі анықталды, ал ең қауіптісі – тары өндіру. Еліміздің аграрлық секторындағы экономикалық өзгерістердің одан әрі бағыттары көрсетілген. Қазақстан Республикасының ауылшаруашылық өндірісінің тұрақтылығына қол жеткізу жолдары негізделген.

Тірек сөздер: аграрлық сала, тұрақтылық, дәнді дақыл, өндіріс, жалпы түсім, өнімділік, органикалық ауыл шаруашылығы, бәсекеге қабілеттілік.

Abstract

This article reflects the substantive elements of the sustainability process for agricultural organizations. The need for economic, social and environmental components in the sustainability of the development of the industry is indicated. The systematization of the stability factors of agricultural production was carried out, which allows them to be combined around interrelated features that combine the natural and economic conditions of management, and the nature of their impact on the development of agriculture is revealed. The basic statistical data on the development of the country's agricultural sector for 2018 are analyzed. The relative and absolute changes in gross yield are calculated. The influence of crop yield factors, the size of the sown area, and the structure of crops is estimated. The article simulates the sustainability of crop production in the Republic of Kazakhstan. For this, the classical apparatus of mathematical statistics and relationships are used, allowing numerical estimates of the stability of production. Based on data on grain yields in the Republic of Kazakhstan for 2014–2018 for each crop, mean values, standard deviations, coefficients of variation and stability are calculated. It was established that the most sustainable for production is corn, and the riskiest is the production of millet. Further directions of economic transformations in the agricultural sector of the country are indicated. The ways of achieving the sustainability of agricultural production of the Republic of Kazakhstan are substantiated.

Key words: agricultural sector, sustainability, crops, production, gross harvest, yield, organic agriculture, competitiveness.

МРНТИ 06.52.17
УДК 631.1

М.К. КАМЫСБАЕВ,¹

д.э.н., профессор.

Л.А. ОМАРБАКИЕВ,²

д.э.н., профессор.

А.К. НИЗАМДИНОВА,³

к.э.н., доцент.

Международный университет
информационных технологий.¹

Университет «Туран».²

Казахский национальный
университет им. аль-Фараби³

СОСТОЯНИЕ ЗАНЯТОСТИ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Аннотация

Статья посвящена одной из актуальных тем занятости населения в аграрном секторе экономики нашей страны. Рассмотрены меры, осуществляемые государством, по решению проблем развития социально-трудовых отношений в республике. Приведены итоги развития аграрного сектора экономики. Проведен подробный анализ обеспеченности сельского рынка труда рабочей силой по основным характеристикам. В результате исследований выявлено, что состояние обеспеченности сельского хозяйства кадровыми ресурсами неудовлетворительно как по количеству, так и по качеству. На основе проведенного анализа выявлено значительное превышение предложения над спросом на рабочую силу. Кроме этого, обоснован дефицит кадров в руководящем и среднем звене сельскохозяйственных предприятий. Рассмотрены основные причины, способствующие оттоку молодых кадров из села. Предложены меры по уменьшению молодежной безработицы на селе. В результате исследования выявлено, что основными причинами создавшейся ситуации на сельском рынке труда являются отсутствие научно обоснованного прогноза потребности сельского хозяйства в профессиональных кадрах на среднесрочную и долгосрочную перспективу. Государству и работодателям следует уделять больше внимания трудоустройству выпускников высших и средних специальных учебных заведений. Вышеуказанные меры по повышению обеспеченности качественными трудовыми ресурсами позволят повысить производительность труда и конкурентоспособность аграрного сектора экономики.

Ключевые слова: рынок труда, безработица, кадры, занятость, сельское хозяйство, рабочая сила, регион, материальная заинтересованность, производительность труда.

В феврале 2017 г. была утверждена новая Госпрограмма развития АПК на 2017–2021 годы. Это стало одним из наиболее важных событий в сфере сельского хозяйства страны. Программа должна стать значительным стимулом для отечественных сельхозтоваропроизводителей, дать новый виток развитию сельского хозяйства в целом и существенно увеличить показатели экспорта продукции [1].

По итогам 2018 г. валовой выпуск аграрной продукции Казахстана составил 4,4 трлн тенге. Данный объем выпуска продукции сопоставим с половиной выпуска обрабатывающей промышленности Казахстана. В разрезе отраслей аграрного сектора экономики 54% приходится на растениеводство, оставшаяся часть – на животноводство [2].

Почти половина сельскохозяйственной продукции в Казахстане производится хозяйствами населения, около 30% – крестьянскими и фермерскими хозяйствами и немногим более (20%) – сельхозпредприятиями.

Стабильное развитие отраслей аграрного сектора экономики напрямую связано с обеспеченностью кадрами высокой квалификации. Рыночная экономика, жесткая конкурентная среда, применение инновационных технологий выдвигают новые требования к профессиональному составу кадров, уровню их квалификации, поскольку действующие сельхозформирования всех форм собственности все более нуждаются в технически подготовленном, профессионально грамотном персонале работников [3].

В Казахстане за последние годы принимаются активные меры по решению проблем развития социально-трудовых отношений в республике, позволившие своевременно и гибко реагировать на ситуацию, складывающуюся на сельском рынке труда, реально поддерживать продуктивную занятость населения по регионам, регулировать обеспеченность профилирующих отраслей экономики профессиональными кадрами.

Однако, несмотря на наметившиеся сдвиги, на сельскохозяйственном рынке труда явно заметна проблема кадрового дефицита. Состояние обеспеченности сельского хозяйства кадровыми ресурсами неудовлетворительно как по количеству, так и качеству. При значительном превышении предложения над спросом на рабочую силу и общем избытке на рынке труда в аграрном секторе ощущается дефицит кадров в руководящем и среднем звене.

В настоящее время ощущается нехватка конкурентоспособных кадров аграрного производства, хорошо знающих современную технологию производства сельскохозяйственной продукции с учетом зарубежного опыта и в органах управления агропромышленным комплексом, районном звене.

Из-за низкодоходности и низкого уровня обеспеченности социально-культурными и бытовыми условиями наблюдается отток молодых кадров из села, низок уровень их закрепляемости в сельской местности. Особенно это заметно в социально не обеспеченных, территориально отдаленных районах республики, с низкой плотностью населения, а также в регионах, где преимущественное развитие получают крестьянские хозяйства.

В таблице 1 проведен анализ основных индикаторов рынка труда сельского населения за 2014–2018 гг.

Таблица 1 – Основные показатели рынка труда сельского населения в трудоспособном возрасте

Показатели	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%
Рабочая сила	3 916,3	100	3 838,3	100	3 735,3	100	3 730,2	100	3 737,6	100
в т.ч.										
- мужчины	2 106,4	53,78	2 068,5	53,89	2 044,8	54,74	2 014,1	53,99	2 009,3	53,75
- женщины	1 810,0	46,22	1 769,8	46,11	1 690,5	45,26	1 716,1	46,01	1 728,3	46,25
Занятое население	3 722,5	95,05	3 646,3	94,99	3 552,9	95,11	3 544,1	95,01	3 560,0	95,24
Наемные работники	2 208,7	59,3	2 209,5	60,6	2 214,2	62,3	2 299,2	64,9	2 361,5	66,3
Самостоятельно занятые работники	1 513,8	40,7	1 436,9	39,4	1 338,8	37,7	1 244,9	35,1	1 198,5	33,7
Безработное население	193,8		192,0		182,4		186,1		177,6	
Уровень безработицы		4,9		5,0		4,8		5,0		4,8
Уровень молодежной безработицы (в возрасте 16–24 лет)		3,2		3,7		3,5		3,5		3,3
Примечание – Составлено авторами на основе источника [4].										

В Казахстане численность сельского населения на конец 2017 г. составила 7,73 млн чел. (или 42,6% от общей численности). За период с 2014 по 2018 г. состав рабочей силы села уменьшился на 4,56%. В составе рабочей силы численность мужчин уменьшилась на 4,61%, женщин – на 4,51% соответственно [4].

Из анализа видно, что в 2018 г. уровень занятости населения составлял 95,24% от общего числа рабочей силы, из них доля наемных работников – 66,3%, а самостоятельно занятых работников – 33,7%. Уровень молодежной безработицы за анализируемый период вырос с 3,2% до 3,3% при общем снижении безработицы с 4,9% до 4,8%.

Как и в любой отрасли экономики, эффективность аграрного производства напрямую зависит от уровня образования рабочей силы. Для определения потребности рынка труда сельского хозяйства в кадрах проанализируем рабочую силу по уровню образования (таблица 2).

Таблица 2 – Рабочая сила по уровню образования в сельской местности (тыс. чел.)

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2014 г., %
Рабочая сила – всего	3 916,3	3 838,4	3 735,3	3 730,2	3 737,6	95,43
Из них имеют образование:						
- высшее	796,2	800,6	829,5	884,2	934,1	117,32
- незаконченное высшее	60,7	49,9	43,9	37,1	44,1	72,65
- среднее специальное	1 279,2	1 204,1	1 217,0	1 309,6	1 506,4	117,76
- начальное профессиональное	229,0	218,4	260,3	203,4	228,7	99,86
- среднее общее	1 449,8	1 464,4	1 278,4	1 203,3	958,3	66,1
- основное общее	94,8	94,9	99,6	88,4	62,8	66,2
- начальное общее	6,5	6,1	6,5	4,2	3,2	49,2

Примечание – Составлено авторами на основе источника [4].

Как было отмечено выше, за рассматриваемый период прослеживается сокращение численности трудоспособного сельского населения. Наряду с этим также заметно уменьшение состава рабочей силы по уровню образования в сельской местности. Наблюдается уменьшение количества рабочей силы лиц, имеющих незаконченное высшее и основное общее образование, на 27,35% и 33,8% соответственно. В удельном весе рабочей силы заметно увеличение доли работников с высшим образованием – на 17,32% и среднеспециальным образованием – на 17,76%. Это все свидетельствует о тенденции изменений уровня образованности сельской рабочей силы.

Важным социальным стимулирующим фактором, обеспечивающим приток и закрепление молодых кадров – выпускников аграрных учебных заведений в сельскую местность, является их материальная заинтересованность. Низкая оплата труда в сельском хозяйстве является главной причиной непрестижности отрасли, ее непривлекательности для профессиональных и технически грамотных кадров. На приток специалистов сельского хозяйства в сельскую местность негативное воздействие оказывают ущемленность бытовых условий жизнедеятельности в сельской местности, коммунальная необустроенность жителей села, ограниченность и низкий уровень оказываемых им услуг.

Далее проведем анализ уровня занятости сельского населения по возрастным группам (таблица 3).

Таблица 3 – Удельный вес занятости сельского населения в возрасте 16 лет и старше (в %)

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2014 г. (+, -)
Все население						
Удельный вес занятости в процентах к:						
- населению в трудоспособном возрасте	78,4	79,3	78,7	79,0	80,5	2,1
- составу рабочей силы	95,1	95,0	95,1	95,0	95,2	0,1
Мужчины						
Удельный вес занятости в процентах к:						
- населению в трудоспособном возрасте	81,8	82,6	82,6	81,7	82,7	0,9
- составу рабочей силы	95,9	95,8	95,8	95,8	95,9	0
Женщины						
Удельный вес занятости в процентах к:						
- населению в трудоспособном возрасте	74,8	75,7	74,4	75,9	78,0	3,2
- составу рабочей силы	94,1	94,0	94,3	94,1	94,5	0,4

Примечание – Составлено авторами на основе источника [4].

За период с 2014 по 2018 г. уровень занятости сельского населения в трудоспособном возрасте увеличился на 2,1%. Наибольшее увеличение уровня занятости населения в трудоспособном возрасте – с 74,8% до 78% особенно наблюдается у женщин. Изменений в удельном весе занятости мужчин в составе рабочей силы за рассматриваемый период не наблюдается.

По данным таблицы построим график зависимости уровня занятости сельского населения по гендерным группам за рассматриваемый период.

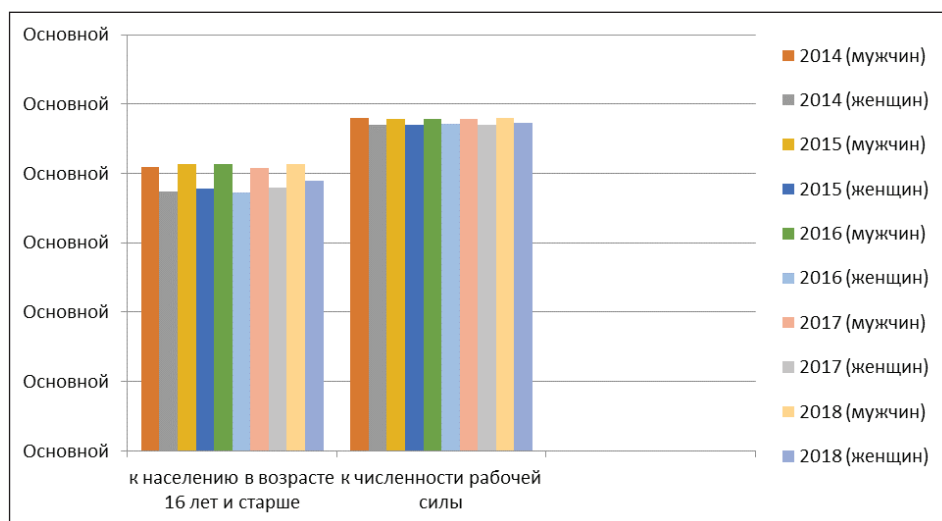


Рисунок 1 – Уровень занятости сельского населения в возрасте 16 лет и старше по гендерным группам (%)

Примечание – Составлено авторами на основе источника [4].

Из рисунка 1 видно, что наибольшее увеличение уровня занятости наблюдается у женщин. Причиной этого, на наш взгляд, является изменение условий жизни, а также влияние различных государственных программ.

Если рассматривать удельный вес занятости женщин в сельском хозяйстве в составе рабочей силы, то он изменился незначительно (0,4%).

В развитии сельскохозяйственного производства каждый регион страны характеризуется своими отличительными особенностями. Поэтому целесообразно провести анализ динамики рабочей силы по регионам Казахстана.

Таблица 4 – Рабочая сила в сельской местности (в процентах от общей численности по республике)

Область	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2014 г., %
Акмолинская	5,88	6,01	5,97	5,82	5,82	98,97
Актюбинская	4,1	4,24	4,14	4,05	3,35	81,7
Алматинская	20,7	20,13	20,43	20,63	20,93	101,1
Атырауская	3,83	3,98	4,13	4,08	3,79	98,9
Западно-Казахстанская	4,51	4,57	4,61	4,55	4,46	98,89
Жамбылская	7,66	8,38	8,31	8,53	8,52	111,2
Карагандинская	3,82	3,78	3,75	3,83	3,85	100,8
Костанайская	6,28	6,37	6,39	6,57	6,37	101,4
Кызылординская	4,94	4,98	5,06	5,15	5,15	104,2
Мангыстауская	2,76	3,42	3,61	3,83	4,71	170,6
Южно-Казахстанская	19,38	17,81	18,01	17,55	–	92,2*
Туркестанская	–	–	–	–	17,87	
Павлодарская	3,68	3,68	3,36	3,29	3,24	88,04
Восточно-Казахстанская	7,56	7,55	7,33	7,41	7,17	94,8
Северо-Казахстанская	4,89	5,11	4,88	4,75	4,72	96,5

Примечание:

1. *За 2018 год для сравнения был использован показатель Туркестанской области.

2. Составлено авторами на основе источника [4].

За рассматриваемый период наибольший рост рабочей силы наблюдается в Мангыстауской и Жамбылской областях (70,6% и 11,2%). Умеренный темп увеличения данного показателя в среднем от 1,1% до 4,2% произошел в Алматинской, Костанайской и Кызылординской областях.

Значительное уменьшение рабочей силы прослеживается в Павлодарской и Актюбинской областях. В этих регионах численность сельских трудовых ресурсов уменьшилась в среднем на 15%. В Акмолинской, Атырауской, Западно-Казахстанской, Восточно-Казахстанской и Северо-Казахстанской областях рабочая сила изменилась незначительно.

Основной контингент – около 40% сельской рабочей силы сосредоточен в Алматинской и Туркестанской областях.

Исходя из анализа, проведенного выше, из 7,73 млн занятых в экономике на конец 2017 г. около 3,3 млн, или 42,6%, занято в сельском хозяйстве. В то же время количество занятых в сельском хозяйстве сокращается – за четыре года более чем на 178,7 тыс., причем 73% сокращения произошло за счет самозанятых, число которых к настоящему времени превышает 1 млн человек. Количество занятых в крестьянских и фермерских хозяйствах в том же периоде упало на 35% и на конец 2018 г. составляло немногим более 109 тыс. человек, что связано с укрупнением данных хозяйств.

Кроме этого, уровень оплаты труда в сельском хозяйстве продолжает оставаться одним из самых низких в экономике. В 2018 г. средняя зарплата в сельском хозяйстве находилась на уровне 56% от средней зарплаты в целом по экономике, что свидетельствует о небольшом улучшении показателя с 2013 г., тогда как ранее он находился на уровне 50% от средней зарплаты в целом по экономике. Это можно связать с неплохими показателями роста отрасли в последние годы, тогда как экономика в целом испытывала трудности в связи с падением нефтяных цен.

По статистическим данным, доля самозанятых в сельском хозяйстве достигает почти 40%, поэтому достоверная оценка уровня оплаты труда в отрасли, на наш взгляд, затруднительна. На это влияют теневые операции, неучтенная реализация продукции, сезонность работ в сельском хозяйстве и др.

В связи с низкими показателями несырьевого экспорта и переработки сельхозпродукции производительность труда в сельском хозяйстве находится на низком уровне, сдерживает потенциал развития отрасли и стимулирует импорт.

Основные факторы, сдерживающие производительность труда в сельском хозяйстве: низкая урожайность в растениеводстве, неудовлетворительная продуктивность в животноводстве, износ основных средств и устаревшие технологии, неприемлемое состояние сельской инфраструктуры.

В заключение отметим, что за годы реформ пока не сложилась эффективная конкурентоспособная модель ведения сельского хозяйства. Производство сельхозпродукции формируется наполовину за счет хозяйств населения, которые лишь условно можно отнести к сельскохозяйственному производству.

На сложившуюся ситуацию с обеспеченностью сельхозпредприятий специалистами высокой квалификации существенно сказываются отсутствие научно обоснованного прогноза потребности сельского хозяйства в профессиональных кадрах высшего и среднего звена на среднесрочную и долгосрочную перспективу, трудоустройство выпускников высших и средних специальных учебных заведений, неучастие в профессиональном образовании работодателей.

Государству следует сделать упор на внедрение прогрессивных, основанных на науке решений в сельском хозяйстве с параллельным инфраструктурным строительством. Немаловажно изменение политики в пользу большей открытости рынков, поощрения конкуренции. Импортозамещение, на наш взгляд, можно было бы заменить на поощрение экспорта. Казахстан не может эффективно производить весь набор потребляемой агропродукции, в ходе конкуренции определился бы наиболее выгодный профиль специализации АПК.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Государственная программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017–2021 годы: утв. Указом Президента Республики Казахстан 14.02.2017 г.: <https://16news.kz/>.

2 Итоги аграрного года: рост урожайности и повышение производства сельхозкультур: <http://be5.biz/>.

3 Таипов Т.А. Целевая подготовка кадров как фактор снижения рисков в агропромышленном производстве // Вестник КазЭУ. – 2011. – № 1(68): <https://docplayer.ru>.

4 Занятость в Казахстане. 2014–2018: статистический сборник. – Нур-Султан, 2019. – 247 с.: <https://aqqarat.info>.

Аңдатпа

Мақала біздің мемлекетіміздің аграрлық саласындағы өте өзекті жұмысбастылық тақырыбына арналған. Республикадағы әлеуметтік-еңбек қатынастарын дамыту мәселелерін шешуге арналған мемлекеттің атқарып жатқан шаралары қарастырылған. Экономиканың аграрлық саласының даму нәтижелері келтірілген. Негізгі сипаттамалары бойынша ауыл еңбек нарығының қамтылғанына терең талдау жүргізілген. Зерттеу нәтижесінде ауыл шаруашылығының кадрлық ресурстармен қамтамасыз етілуі сапа және мөлшері бойынша қанағаттандырылмайтыны анықталды. Жүргізілген талдау негізінде жұмыс күшінің ұсынысы сұраныстан едәуір артып тұрғаны анықталды. Сонымен қатар, ауыл шаруашылық кәсіпорындардың орта және басшы басқару буынында маман жетіспеушілігі негізделді. Жас мамандардың ауылдан кетуіне әсер етуші негізгі себептер анықталды. Ауылда жастар арасындағы жұмыссыздықты азайту бойынша ұсыныстар берілген. Зерттеу негізінде ауыл еңбек нарығында қалыптасқан негізгі себептер қысқа және ұзақ мерзімге арналған ауыл шаруашылығына қажетті кәсіби мамандарға ғылыми негізделген қажеттілік болжамының болмауына байланысты екені анықталды. Жоғарғы және орта кәсіптік білім мекемелері түлектерін жұмысқа орналастыруға мемлекет пен жұмыс берушілер көп көңіл бөлуі тиіс. Сапалы еңбек ресурстарымен қамтамасыз ету бойынша жоғарыда аталған шаралар экономиканың аграрлық саласында бәсекелестік пен еңбек өнімділігін арттыруға ықпал етеді.

Тірек сөздер: еңбек нарығы, жұмыссыздық, кадрлар, жұмысбастылық, ауыл шаруашылығы, жұмыс күші, аймақ, нарықтық экономика, материалдық қызығушылық, еңбек өнімділігі.

Abstract

The article is devoted to one of the topical topics of employment in the agricultural sector of the economy of our country. Measures taken by the state to solve problems in the development of social and labour relations in the country have been considered. The results of development of the agricultural sector of the economy are presented. A detailed analysis of the availability of the rural labour market by the main characteristics has been carried out. Studies have shown that the state of agricultural resources does not satisfy both on quantity and quality. The analysis revealed a significant excess of supply over demand for labour. In addition, the shortage of personnel in the management and middle link of agricultural enterprises is justified. The main reasons contributing to the outflow of young personnel from the village are considered. Measures to reduce youth unemployment in rural areas have been proposed. The study revealed that the main reasons for the situation in the rural labour market are the lack of a scientifically sound forecast of the need of agriculture for professional personnel for the medium and long term. The state and employers should pay more attention to the employment of graduates of higher and secondary specialized educational institutions. The above-mentioned measures to increase the availability of quality labour resources will increase the productivity and competitiveness of the agricultural sector of the economy.

Key words: labour market, unemployment, personnel, employment, agriculture, labour force, region, material interest, labour productivity.

МРНТИ 06.73.45
УДК 336 (075.8)

И.В. СЕЛЕЗНЁВА,¹

д.э.н., профессор.

Е.А. СИГАЕВ,²

д.э.н., ассоциированный профессор.

Университет «Туран».¹

Университет «Нархоз»²

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ПЛАТЕЖНЫХ УСЛУГ КАЗАХСТАНА

Аннотация

В статье авторами исследуется развитие современного рынка платежных услуг Казахстана. Развитие платежных услуг является стратегической задачей регулятора финансового рынка. При реализации этого направления авторы выделяют мероприятия, направленные на повышение доступности платежных услуг для населения и хозяйствующих субъектов. Авторы приходят к выводу о том, что в числе мероприятий необходимо содействовать широкому внедрению инновационных платежных технологий, в том числе предполагающих использование мобильных устройств, бесконтактных платежных карт, а также других технологических решений, расширяющих географический охват оказания платежных услуг и снижающих стоимость для компаний и населения, в частности, путем предоставления им онлайн-доступа к платежным услугам. Также необходимо уделить внимание расширению сферы применения электронных платежных средств. В числе приоритетных авторы выделяют мероприятия, направленные на повышение доверия населения и предприятий к платежным услугам. Для реализации этих направлений требуются меры по повышению безопасности использования электронных платежных средств, включая снижение рисков нарушения защиты информации и противодействие мошенническим операциям при осуществлении переводов денежных средств. Повышению доступности для пользователей содействует гибкая и лояльная тарифная политика поставщиков услуг. Ключевым авторами считают обязательное повышение финансовой грамотности населения в разрезе пользования платежными услугами.

Ключевые слова: платежные системы, платежные сервисы, электронные платежи, мобильные платежи, платежные карты, бесконтактные платежи, финансовый рынок.

Развитие платежных услуг в эпоху цифровой экономики имеет ключевое значение для обеспечения эффективного обслуживания финансовой системы страны и реального сектора экономики. Развитие платежных услуг и укрепление платежной инфраструктуры является одним из приоритетных направлений работы по повышению эффективности функционирования экономики.

Можно отметить, что рынок платежных услуг за последние годы претерпел ряд инновационных изменений. Интерес к рынку платежных услуг обусловлен необходимостью поддержания эффективности и стабильности финансовой системы и сохранения доверия к национальной валюте. Инновации в сфере платежных услуг оказывают положительный эффект в дальнейшем развитии рынка платежных услуг, который становится все ближе для плательщиков посредством появления и использования удобных и простых инструментов оплаты.

Сегодня можно выделить пять основных направлений:

- 1) инновации с применением платежных карт;
- 2) платежи, проводимые посредством сети интернет;
- 3) платежи с использованием мобильного телефона;
- 4) электронное выставление и онлайн-оплата счетов;
- 5) совершенствование инфраструктуры и вопросов безопасности.

Чтобы получить представление об инновационной деятельности в системе розничных платежей, рабочей группой Банка международных расчетов были рассмотрены значимые изменения и проведено изучение фактических данных за последние десять лет, касающиеся инструментов предоставления розничных платежных услуг и систем оплаты. Таким образом, 30 центральными банками были представлены 122 инновации [1].

Платежный рынок Казахстана в последние годы также претерпевает как технологическую, так и институциональную трансформацию. Инновации и развитие технологий на платежном

рынке приводят к появлению альтернативных платежных решений, новых бизнес-моделей и типов участников рынка. Национальный банк Казахстана как регулятор платежного рынка и инициатор инноваций должен своевременно реагировать на современные вызовы. Оператор национальной платежной системы – Казахстанский центр межбанковских расчетов Национального банка РК (КЦМР НБ РК) за период 2011–2019 гг. реализовал ряд системно значимых проектов, которые кардинально меняют платежную индустрию на рынке розничных платежей (рисунок 1).



Рисунок 1 – Проекты КЦМР НБ РК, реализованные в сфере розничных платежей в Республике Казахстан

В настоящее время Национальным банком совместно с пользователями платежных систем проводятся работы по переводу платежных систем на стандарт ISO 20022 «Финансовые услуги. Универсальная схема сообщений финансовой индустрии». Указанная работа Национальным банком также проводится в рамках Рабочей группы по координации развития национальных платежных систем по направлению «Сотрудничество в области внедрения стандарта ISO 20022» [2].

В течение 2018 и 2019 гг. Национальным банком была продолжена работа в сфере цифровизации финансового сектора и реализации государственной программы «Цифровой Казахстан».

Одним из направлений развития платежной отрасли является внедрение механизма удаленной идентификации клиентов, основанного на сличении биометрических параметров физических лиц и сведений из государственной базы данных. Данный механизм разработан в целях обеспечения дистанционного получения клиентами финансовых услуг. В течение 2018 и 2019 гг. Национальным банком совместно с банковским сообществом была выработана схема реализации механизма, внесены соответствующие изменения в нормативный правовой акт, регламентирующий порядок осуществления биометрической идентификации клиентов при оказании банками электронных банковских услуг, а также получен доступ к государственным базам данных.

Еще одним из инновационных сервисов, реализованным Национальным банком в 2018 г., является внедрение системы мгновенных платежей. Сервис системы в пилотном режиме тестировался с сентября 2018 г. 7 февраля 2019 г. система мгновенных платежей «Sunqar» была запущена в промышленную эксплуатацию [3].

Основной целью создания системы является предоставление возможности населению и малому и среднему бизнесу удобно и быстро переводить деньги в любом месте, в любое время, с использованием любых инструментов (электронный кошелек, платежная карточка, банковский счет). Потребность банковского сектора в использовании платежной инфраструктуры, функционирующей в режиме реального времени, будет возрастать при осуществлении повседневных платежей как физических, так и юридических лиц. Поэтому внедрение мгновенных

платежей в режиме реального времени является закономерной тенденцией в области развития безналичных розничных платежей.

Система «Sunqar» позволяет осуществлять переводы денежных средств и мгновенные платежи на территории Казахстана между клиентами всех банков-участников системы. Для проведения переводов денежных средств между физическими лицами используется единственный идентификатор – это номер мобильного телефона, который клиент банка должен привязать к любому удобному для него источнику оплаты, такому, как текущий банковский счет, платежная карта или электронный кошелек.

Услуги в системе «Sunqar» казахстанские банки осуществляют через системы интернет-банкинга или мобильные приложения. На текущий момент услуги посредством сервиса мгновенных платежей предоставляются в АО «Евразийский банк», АО «Банк «ЦентрКредит» и АО «Altyn Bank» (ДБ China CITIC Bank Corporation Limited) [4].

На данном этапе через систему «Sunqar» можно осуществлять переводы денежных средств (P2P-переводы) между физическими лицами, в том числе по своим счетам в разных банках-участниках системы (например, пополнение инвест-счета у брокера, вклады и другие). Юридические лица и индивидуальные предприниматели по мере развития сервисов в системе «Sunqar» также смогут обеспечить прием мгновенных платежей за товары и услуги в свою пользу без установки специального оборудования, а также проводить моментальные выплаты в пользу физических лиц. С помощью сканирования QR-кодов через систему «Sunqar» можно будет расплачиваться в розничной торговле мобильным телефоном. Особенностью внедрения в Казахстане системы мгновенных платежей будет предоставление универсальной платформы субъектам бизнеса и населению для проведения платежей в любое время, в любом месте путем применения дистанционных каналов и инструментов оплаты.

В системе мгновенных платежей Нацбанка идентификатором служит номер мобильного телефона, а скорость осуществления транзакции составляет 30 секунд. Степень охвата дистанционными финансовыми сервисами находится на достаточно высоком уровне, подтверждается данными Национального банка РК. В Казахстане насчитывается 11,6 млн онлайн-пользователей, из них 34% являются активными. Ежедневно гражданами проводится около 400 тысяч транзакций на сумму 6 млрд тенге. Высок уровень цифровизации и в среде бизнеса – около 70% проводят платежи преимущественно посредством цифровых каналов [5].

Рынок быстрых платежей – это своего рода тренд. Подобные системы есть в ряде стран, таких, как Россия, Беларусь, Швейцария, Индия и другие. Концепция продукта предельно ясна: онлайн-платежи и переводы средств по номеру мобильного телефона; моментальное зачисление; использование любых инструментов – от банковского счета до кошелька и платежной карты; низкая стоимость транзакции при ограничении максимальной суммы в 500 000 тенге. Сценарии использования исходят из следующей концепции: пользователь, у которого есть смартфон с доступом в интернет, установлено мобильное приложение, а сам он зарегистрирован в нем. Причем к преимуществу концепции стоит отнести снижение зависимости от наличия pos-терминалов – все упрощено до предела. Логичным продолжением этой внятной концепции служит алгоритм, который характеризуется отсутствием необходимости в вводе номеров счетов и других классических банковских идентификаторов.

Качественные показатели сервиса, например, 30 секунд на транзакцию – это вполне достижимый показатель для карточных транзакций. Идентификатор в виде мобильного телефона – это тоже не новость, такие «вещи» практикуются в банковских мобильных приложениях. Можно предположить, что в Нацбанке таким образом пытаются снизить зависимость от карточных гигантов (Visa и Master Card), а также исходящие из этого риски.

Кроме того, в ноябре 2018 г. Казахстан стал 32-й страной, где заработал платежный сервис «Apple Pay», и первой страной в Центральной Азии, а также третьей среди стран на постсоветском пространстве после России и Украины. Его поддержку подтвердили 6 банков второго уровня Казахстана, среди них ForteBank, Евразийский банк, Сбербанк Казахстан, Банк ЦентрКредит, АТФ Банк, Halyk Bank. Запуск Apple Pay в Казахстане – хороший знак для нашего рынка, свидетельствующий о желании банков развивать сферу применения бесконтактных оплат и готовности потребителей переходить на инновационные платежные решения [5].

Развитие бесконтактных платежей в республике продвигается весьма внушительными темпами. Так, в октябре 2012 г. в Казахстане было зарегистрировано всего 45 бесконтактных платежей. А по состоянию на октябрь 2018 г. уже 4,5 млн платежей прошло через систему Halyk Bank именно таким способом. Кроме того, Halyk Bank заявил, что переводы Western Union возвращаются в систему Homebank. Для совершения переводов пользователям больше нет необходимости посещать отделения. Достаточно зайти в Homebank и указать карту и получателя. А для большего удобства мгновенные виртуальные карты Halyk Bank теперь можно выпускать непосредственно в приложении, и на iOS и на Android. Также переводы между картами клиентов Halyk теперь осуществляются без комиссии. Переводами с карты на карту клиенты пользуются более миллиона раз в течение месяца. Суммарно это более 50–60 млрд тенге ежемесячно [6].

В 2019 г. Citigroup заявил, что выходит на рынок платежных услуг с новым предложением. Становясь посредником между компаниями и рядовыми потребителями, финансовому гиганту придется помериться силами как со стартапами, так и с крупными игроками. Выход Citigroup на высококонкурентный рынок потребительских платежей вслед за своими главными конкурентами и многочисленными финтех-стартапами повысит накал борьбы в этом популярном направлении банковского бизнеса. Добившись доминирования в корпоративном секторе, банк намерен открыть новое подразделение, которое будет предлагать крупным предприятиям торговли различные виды потребительских платежей – от традиционных кредитных карт до цифровых кошельков и прямых банковских переводов.

Исторически сложившийся масштабный, но низкомаржинальный бизнес банка по обеспечению взаимодействия предприятий торговли и их клиентов, известный в отрасли как «эк-вайринг», по мере распространения цифровых кошельков и других новых способов платежей получил свое дальнейшее развитие. При этом появление новых видов оплаты произошло на фоне увеличения случаев мошенничества и других проблем, открывая для банков и финтех-компаний благоприятные возможности для развития этого направления. «Цифровые платежи быстро развиваются, и появляется потребность в технологиях банковского уровня», – заявил в интервью The Wall Street Journal Маниш Кохли (глава отдела международных платежей и дебиторской задолженности Citigroup) [7].

В свою очередь, глобальная перестройка систем платежей стала причиной большого числа слияний среди занятых в этом бизнесе компаний. Не так давно Fidelity National Information Services объявила о приобретении за \$35 млрд гиганта в сфере обработки платежей Worldpay. Эта сделка состоялась спустя всего несколько месяцев после известия о том, что другая американская финтех-компания Fiserv за \$22 млрд приобрела First Data Corp., в том числе с целью расширения своих платежных опций.

Со своей стороны традиционные банки также расширяют свои платежные возможности, в первую очередь в интересах таких гигантских компаний, как Amazon. В прошлом году американские банки существенно расширили свои возможности для платежей, осуществляемых в режиме реального времени, что позволяет совершать мгновенные денежные транзакции между счетами клиентов. В январе банк JP Morgan Chase & Co. объявил о создании нового подразделения по оптовому банкингу, объединив некогда самостоятельное подразделение по работе с предприятиями торговли и потребителями с крупным подразделением по корпоративным транзакциям.

Citigroup, как и другие банки, делает ставку на сочетание традиционных банковских и новых платежных услуг с целью повышения рентабельности обслуживания текущих клиентов. К примеру, если компания принимает оплату в одной валюте, а расплачивается в другой, то она может для проведения таких транзакций воспользоваться услугами банковского отдела торговых операций.

В число компаний, на которые банки ориентируют свои расширенные платежные предложения, входят и крупные производители, которые хотели бы продавать свою продукцию напрямую потребителям. Кроме того, у банков есть преимущество и в сотрудничестве с интернет-гигантами, которые раньше традиционно сотрудничали с такими молодыми компаниями, как Braintree, приобретенной PayPal в 2013 г., Adyen NV или Stripe, однако по мере роста бизнеса нуждаются в более сложных банковских услугах.

За последнее десятилетие в системе розничных платежей появилось большое количество инновационных продуктов. Они могут влиять на рынок розничных платежей, в частности, на

выбор платежных инструментов пользователями, значительно изменяя платежные процессы. Внедрение инноваций приведет к сокращению комиссии, выплачиваемой эмитентом или эквайером за обработку операций или произведенные расчеты, и тем самым будет способствовать повышению общественного благосостояния. Однако для центральных банков инновации могут вызвать возникновение новых задач, поскольку могут повлиять на устойчивость и эффективность розничной платежной системы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 База НПА Центрального банка Российской Федерации: <https://docplayer.ru/>.
- 2 Оверсайт за платежными системами. Официальный сайт Национального банка Республики Казахстан: www.nationalbank.kz.
- 3 Система моментальных электронных платежей и система межбанковских переводов (СМЭП и СМП). Официальный сайт Казахстанского центра межбанковских расчетов Национального банка РК: www.kisc.kz.
- 4 Официальный новостной портал «Мир финансов»: <https://wfin.kz/>.
- 5 Официальный новостной портал PROFIT: <https://profit.kz>.
- 6 Портал для предпринимателей ZERDE Business Solution: <http://zerdebs.kz/>.
- 7 Официальный новостной портал «КУРСИВ»: <https://kursiv.kz>.
- 8 Стратегия развития национальной платежной системы: <http://consultant.ru/> / одобрена Советом директоров Банка России (протокол № 4 от 15 марта 2013 г.): <http://docs.cntd.ru/>.

Аңдатпа

Мақалада авторлар Қазақстанның төлем қызметтерінің қазіргі нарығының дамуын зерттейді. Төлем қызметтерін дамыту қаржы нарығын реттеушінің стратегиялық міндеті болып табылады. Бұл бағытты іске асыру кезінде авторлар халық пен шаруашылық жүргізуші субъектілер үшін төлем қызметтерінің қолжетімділігін арттыруға бағытталған іс-шараларды бөледі. Авторлар іс-шаралардың ішінде инновациялық төлем технологияларын, оның ішінде байланыссыз төлем карталарын, мобильді құрылғыларды, сондай-ақ төлем қызметтерін көрсету географиясын кеңейтетін және халық пен шаруашылық жүргізуші субъектілер үшін олардың құнын төмендететін технологиялық және өзге де шешімдерді, атап айтқанда оларға төлем қызметтеріне қашықтықтан қол жеткізуді ұсыну арқылы қолдануды көздейтін кең көлемде енгізуге жәрдемдесу қажет деген қорытындыға келеді. Сондай-ақ төлемнің электрондық құралдарын қолдану аясын кеңейтуге назар аудару қажет. Авторлар қатарында халық пен кәсіпорындардың төлем қызметтеріне деген сенімін арттыруға бағытталған басымды іс-шаралар бар екенін көрсетеді. Осы бағыттарды іске асыру үшін алаяқтық операцияларға қарсы іс-қимылды және ақша қаражатын аударуды жүзеге асыру кезінде ақпаратты қорғауды бұзу тәуекелдерін азайтуды қоса алғанда, төлемнің электрондық құралдарын пайдалану қауіпсіздігін арттыру жөніндегі шаралар талап етіледі. Пайдаланушылар үшін қолжетімділікті арттыруға қызмет көрсетушілердің икемді және адал тарифтік саясаты ықпал етеді. Авторлар төлем қызметтерін пайдалану тұрғысынан халықтың қаржылық сауаттылығының міндетті өсуін шешуші деп санайды.

Тірек сөздер: төлем жүйелері, төлем қызметтері, электрондық төлемдер, мобильді төлемдер, төлем карталары, байланыссыз төлемдер, қаржы нарығы.

Abstract

In the article the authors investigate the development of the modern market of payment services in Kazakhstan. The development of payment services is a strategic task of the financial market regulator. In implementing this direction, the authors highlight the measures aimed at improving the availability of payment services for the population and economic entities. The authors conclude that among the measures it is necessary to promote the widespread introduction of innovative payment technologies, including the use of mobile devices, contactless payment cards, as well as other technological solutions that expand the geographical coverage of payment services and reduce the cost for companies and the population, in particular by providing them with online access to payment services. It is also necessary to pay attention to the expansion of the scope of electronic means of payment. Among the priorities, the authors highlight the activities aimed at increasing the confidence of the population and enterprises in payment services. The implementation of these directions requires measures to improve the security of the use of electronic means of payment, including reducing the risks of information security violations and combating fraudulent transactions in the implementation of money transfers. Flexible and loyal tariff policy of service providers helps to increase accessibility for users. The authors consider the mandatory increase of financial literacy of the population in the context of the use of payment services to be the key.

Key words: payment systems, payment services, electronic payments, mobile payments, payment cards, contactless payments, financial market.

Т.Н. ИВАНЮК,¹
к.э.н., профессор.
В.А. АРЫШЕВ,¹
к.э.н., профессор.
А.Е. ЖЕКСЕМБИНА,¹
к.э.н., доцент.
Университет «Туран»¹

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОЦЕНКИ БИЗНЕСА

Аннотация

В статье рассмотрены теоретические и методические особенности оценки бизнеса. Раскрытие теоретических понятий проводится на основе таких базовых категорий, как цель, задачи и основные причины оценки бизнеса. Значительное внимание уделяется понятию вида стоимости оцениваемого объекта. При этом отмечается, что наряду с рыночной стоимостью в оценочной деятельности могут применяться и другие виды стоимости объекта, выбор и применение которых зависит от конкретных условий проведения оценки. Определенный интерес представляет раскрытие принципиальных основ оценочной деятельности. На основе кластерного подхода рассмотрены принципы оценки объектов с выделением основных классификационных групп. Для оценки бизнеса большое значение имеет проведение аналитических исследований бизнес-среды. В связи с этим в статье отмечается необходимость изучения макроокружения бизнеса, его деловой среды, а также внутренней среды оцениваемого бизнеса. Эмпирическое применение теоретических положений оценки бизнеса должно осуществляться через призму законодательных основ оценочной деятельности. Основная часть статьи посвящена методическим особенностям оценки бизнеса. Рассмотрены три основных вида подхода к оценке бизнеса, применение которых требует индивидуальных методов определения стоимости оцениваемого объекта. Для повышения эффективности практической оценочной деятельности необходимо не только знать особенности теории и методики оценки бизнеса, но и правильно их использовать, поэтому необходимо глубокое изучение и правильное использование существующих правил и стандартов оценки бизнеса.

Ключевые слова: бизнес-анализ, оценка бизнеса, рыночная стоимость, виды стоимости, бизнес-среда, методы оценки, оценочная деятельность.

Бизнес-анализ занимает одно из центральных мест в разработке стратегии компании, находясь на стыке идеи и ее реализации. Он позволяет выявить деловые потребности, проблемы бизнеса и найти их правильные решения, а также определить такие изменения для бизнеса, при которых становится возможным достижение поставленных стратегических целей. Это в равной степени можно отнести как к оценке действующего бизнеса, так и к оценке бизнеса в случае его реорганизации.

Дать профессиональную оценку бизнеса могут специалисты, занимающиеся оценочной деятельностью. Эффективность оценочной деятельности на практике в немалой степени зависит от правильного использования теоретических и методических особенностей оценки бизнеса. Оценочная деятельность состоит в установлении конкретных содержательных взаимоотношений между заказчиком и оценщиком в целях реализации профессионального процесса оценки определенного объекта. В Законе об оценочной деятельности оценка трактуется как профессиональная деятельность, направленная на формирование деловых отношений в целях определения рыночной или иной стоимости объекта оценки [1].

Профессиональная деятельность оценщиков регламентируется Законом об оценочной деятельности и базируется на теоретических основах оценки бизнеса. Теория оценки бизнеса включает такие понятия, как содержание, цель и задачи оценки бизнеса, нормативное регулирование оценочной деятельности, виды стоимости, принципы, подходы и методы проведения оценки бизнеса. Каждое из этих понятий раскрывает определенные особенности оценки бизнеса и оказывает влияние на эффективность оценочной деятельности.

В процессе осуществления предпринимательской деятельности могут возникнуть различные ситуации, вызывающие необходимость оценки бизнеса. При этом бизнес может рассматриваться либо как действующий (в случае продолжения предпринимательской дея-

тельности), либо как прекращающий деятельность в своем прежнем статусе. Последнее может иметь место, например, при слиянии, поглощении или ликвидации бизнеса [2].

Основными нормативно-правовыми актами, регулирующими оценку стоимости бизнеса в Казахстане, являются Гражданский кодекс РК, Закон РК «Об оценочной деятельности», международные и республиканские стандарты оценки. Гражданский кодекс прежде всего служит основой для проведения экспертизы ресурсов предприятия и прав на них в целях оценки. Республиканские стандарты оценки разрабатываются с учетом международных и европейских стандартов оценки.

Проведение оценки бизнеса может иметь место в случае установления стоимости выкупаемых паев (акций) в компаниях типа обществ с ограниченной ответственностью и акционерных обществ, обоснования правомочности эмиссии новых акций акционерными компаниями, оценки имущественного взноса при вступлении в общество с ограниченной ответственностью, определения продажной цены предприятий-банкротов, определения продажной цены приватизируемых предприятий и др.

Оценка бизнеса проводится в целях:

- ♦ определения стоимости акций и облигаций для их реализации или приобретения на фондовом рынке;
- ♦ определения стоимости бизнеса для его приобретения или реализации как в целом, так и по частям;
- ♦ определения соотношения обмениваемых активов одних компаний на акции других предприятий в целях реорганизации акционерных обществ. Это особенно важно и актуально при решении вопросов о слиянии и поглощении;
- ♦ разработки плана развития бизнеса;
- ♦ определения стоимости залога при кредитовании;
- ♦ налогообложения;
- ♦ принятия обоснованных управленческих решений;
- ♦ осуществления инвестиционных проектов развития бизнеса.

Большое значение при оценке бизнеса имеет определение вида стоимости. Для оценки бизнеса (компаний) используется понятие рыночной и других видов стоимости.

Рыночная стоимость определяется расчетной суммой денег, необходимой для обмена имущества между заинтересованными субъектами. Такая коммерческая сделка, заключаемая между покупателем и продавцом, может состояться после проведения надлежащих маркетинговых исследований. И очень важно, чтобы каждая из сторон была достаточно осведомлена и действовала расчетливо и без принуждения.

Помимо рыночной стоимости существуют другие виды стоимости объекта оценки, выбор и применение которых зависит от различных условий проведения оценочной деятельности.

Так, например, если оценивается объект с ограниченным рынком сбыта, то применяется соответствующий вид стоимости. Если можно ориентироваться на объект, аналогичный объекту оценки, то используется стоимость замещения. При рассмотрении объекта, идентичного объекту оценки, можно применять такой вид стоимости, как стоимость воспроизводства. Если решается вопрос о необходимости инвестиций с заданными параметрами, то может применяться инвестиционная стоимость. В том случае, если оценка проводится в целях налогообложения, может применяться соответствующая рыночная стоимость. Также используется такой вид стоимости, как ликвидационная (при оценке ликвидируемого объекта). Если в процессе оценки учитывается возможность утилизировать какие-либо материалы, следует использовать утилизационную стоимость объекта.

Кроме рассмотренных случаев, может иметь место ситуация, когда в договоре об особенностях проведения оценки объекта обозначаются нестандартные условия. К таким условиям обычно относят те, которые не могут быть включены в понятие рыночной или иной стоимости, указанной в стандартах оценки. В этом случае следует использовать специальную стоимость объекта оценки.

При проведении оценочной деятельности необходимо соблюдать общеэкономические принципы, которые можно объединить в три группы.

К первой группе относят такие, которые лежат в основе формирования потребностей владельца и его отношения к имуществу, т.е. принципы полезности, замещения, ожидания.

Во второй группе представлены принципы, связанные с эксплуатацией имущества. Сюда относятся принципы вклада, факторов производства, остаточной продуктивности, предельной доходности и сбалансированности.

Третья группа включает принципы, определяющие функционирование бизнеса в рыночной среде, т.е. принципы спроса и предложения, конкуренции, изменений.

Для оценки бизнеса большое значение имеет проведение аналитических исследований бизнес-среды, которые включают два основных направления: анализ внешней среды и анализ внутренней среды бизнеса.

Анализ внешней среды бизнеса включает изучение его макроокружения, а также непосредственного окружения бизнеса. Рассматривая макроокружение бизнеса, следует изучить экономические, политические, правовые, социальные и технологические факторы.

Наряду с изучением макроокружения бизнеса аналитик, исследуя его внешнюю среду, должен проанализировать непосредственное окружение бизнеса. По сути, непосредственное окружение бизнеса является его деловой средой, на уровне которой происходит развитие отношений с такими партнерами по бизнесу, как поставщики и покупатели-заказчики. Кроме того, на формирование деловой среды бизнеса непосредственное влияние оказывают его конкуренты и рынок рабочей силы.

Наряду с анализом внешней среды необходимо проведение исследований внутренней среды бизнеса. Цель анализа внутренней среды бизнеса – выявить стратегическую ситуацию внутри предприятия, характеризующую текущее состояние бизнеса и использование разнообразных ресурсов. В качестве составляющих внутреннего анализа бизнеса можно выделить финансовый анализ, анализ конкурентоспособности, анализ цепочки ценностей.

Оценка бизнеса может проводиться различными методами в рамках определенного подхода. Выделяют три основных подхода в оценке бизнеса – доходный, имущественный и сравнительный. Каждый из них имеет свои особенности, преимущества и недостатки [3].

Доходный подход основывается на ряде допущений. Наиболее важным из них является то, что будущий владелец придерживается позиции рационального инвестора. Он не заплатит за предприятие сумму больше, чем сумма доходов, которые предприятие принесет ему в будущем. В связи с этим необходимо проведение детального прогноза деятельности оцениваемого объекта с учетом перспектив развития бизнеса. Также необходимо определить величину доходов, которые принесет инвестору вкладываемый им собственный капитал. При этом очень важно учитывать временной фактор. Как известно, будущие доходы, оцениваемые сегодня, всегда будут ниже на размер упущенных возможностей.

Доходный подход к оценке бизнеса наиболее часто применяется как в практике реорганизуемых объектов, так и для действующих предприятий. В соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности действующими предприятиями являются такие, которые не подлежат закрытию в ближайшей перспективе. Если новые владельцы не планируют ликвидацию приобретаемых объектов, то именно доходный подход является наиболее приемлемым для оценки бизнеса. Он основан на применении оценочного принципа ожидания. Содержание доходного подхода состоит в том, чтобы стоимость оцениваемой компании учитывала те доходы, на которые максимально может рассчитывать будущий владелец компании.

Доходный подход основан на использовании двух методических основ: дисконтирования и капитализации. Причем каждая из этих методик имеет свои особенности и свои методы практического применения. Так метод капитализации в качестве обязательного условия требует того, чтобы доходы бизнеса в обозримом будущем оставались без изменения. Соблюдение этого условия является необходимым для практического применения методов капитализации.

Методы капитализации дохода имеют свои особенности. При капитализации дохода выделяются три основных случая:

- ◆ постоянный доход в течение неопределенно длительного периода;
- ◆ постоянный доход, получаемый за ограниченный временной период;
- ◆ стабильно растущий доход, получаемый за неопределенно длительный период.

Каждый из рассмотренных случаев требует индивидуального подхода и соответствующего ему метода расчета для оценки бизнеса. Так при постоянном доходе за длительный период следует использовать метод капитализации. При постоянном доходе за ограниченный период могут быть использованы модели Инвуда, Хоскальда, Ринга. Что касается случая со стабильно растущим доходом за длительный период, то здесь для оценки бизнеса необходимо использовать модель Гордона.

Наряду с методами капитализации при доходном подходе к оценке бизнеса может использоваться метод дисконтирования. Метод дисконтирования позволяет осуществить расчеты более детально и объективно. Использование метода дисконтирования денежных потоков довольно часто применяется в практике оценки бизнеса. Как показывает бизнес-практика действующих предприятий, именно этот метод дает наиболее точный результат рыночной стоимости компании.

В основе метода дисконтирования денежных потоков лежит использование таких основных показателей, как текущая стоимость бизнеса, остаточная стоимость объекта, приведенная стоимость бизнеса. Для расчета этих показателей следует использовать показатель средневзвешенной стоимости (цены) капитала, коэффициент дисконтирования, ставку дисконтирования.

Вторым подходом к оценке бизнеса является имущественный или, как его еще называют, затратный. Суть этого подхода связана с затратами, которые понес владелец при приобретении имущества предприятия. Затраты могут быть как текущими, так и капитальными. Все затраты материализуются в имущественном составе бизнеса. Как известно, деятельность любой компании может финансироваться за счет собственного капитала и за счет заемного, т.е. привлеченного, капитала. Следовательно, для расчета рыночной стоимости собственного капитала необходимо определить стоимость всех активов бизнеса, а затем полученную величину уменьшить на размер его заемного капитала.

В основе имущественного подхода лежат принципы замещения и сбалансированности. Вместе с тем огромное значение имеет использование имущества. Поэтому в качестве основы следует использовать также принципы наиболее эффективного использования и экономического разделения. Последовательность действий оценщика при имущественном подходе включает прежде всего оценку рыночной стоимости по каждому виду актива баланса бизнеса отдельно. Затем определяется текущая стоимость его обязательств. После этого из общей стоимости всех активов бизнеса вычитается стоимость обязательств. Полученная разница определяет размер собственного капитала приобретаемой компании и является ее оценочной стоимостью.

Имущественный (затратный) подход включает два основных метода: метод чистых активов и метод ликвидационной стоимости. Прежде всего следует отметить метод чистых активов. Особенности этого метода связаны с использованием рыночной стоимости реальных активов бизнеса за минусом его обязательств. Второй метод позволяет учитывать затраты на ликвидацию объекта. Все методы имущественного подхода к оценке бизнеса используют в своих расчетах текущие цены стоимости имущества и величину стоимости вычитаемых задолженностей компании. Основное преимущество методов имущественного подхода заключается в том, что все они основываются на фактической учетной информации, достоверно характеризующей состояние имущественного комплекса бизнеса. Основным недостатком методов затратного подхода состоит в том, что нет возможности учитывать перспективы оцениваемой компании в получении чистого дохода.

Рыночный (сравнительный) подход основывается на сравнении оцениваемого предприятия с аналогичными уже проданными предприятиями. Рыночный подход к оценке бизнеса часто называют методом компании-аналога. Кроме того, существует еще одно название – оценка бизнеса по аналогии. Независимо от названия суть этого метода сводится к сравнению бизнеса с аналогичными объектами, которые уже проходили по реестру оценщика. Данный подход основан на предположении того, что максимальная стоимость оцениваемого объекта должна определяться минимальной ценой аналогичного бизнеса.

Сущность этого метода состоит в том, что необходимо выбрать аналогичные предприятия (аналоги) с установленной при покупке ценой акций или ценой сделки. Далее используется до-

пущение о прямо пропорциональной зависимости цены от отдельных финансовых коэффициентов, например, показатель прибыли на акцию (Earnings Per Share, EPS). Таким образом, зная соотношение цены и вышеупомянутого показателя аналогичных компаний, можно определить цену акций оцениваемой компании. Для этого следует умножить прибыль этой компании на соотношение, рассчитанное по данным компании-аналога.

Рыночный подход особенно эффективен в условиях существования активного рынка сопоставимых объектов собственности. Он базируется на использовании принципа замещения и принципа вклада и может применяться для оценки бизнеса как реально действующего. Цель оценки бизнеса, характер объекта и условия проведения оценки определяют ее методическую основу. Рыночный (сравнительный) подход располагает тремя основными методами оценки бизнеса, такими, как:

- ◆ метод рынка капитала акционерной компании;
- ◆ метод сделок, который довольно часто именуют методом продаж;
- ◆ метод отраслевой специфики с использованием коэффициентов.

Первый метод основывается на рыночных ценах акций предприятия-аналога. При определенной корректировке можно ориентироваться на показатели стоимости акций предприятий-аналогов. В результате появляется возможность расчета стоимости акций оцениваемой компании. Положительным моментом данного метода является использование реальной информации о ценах на акции компаний на фондовом рынке. Другими словами, прогнозные и маловероятные данные не используются, что отличает этот метод от методов доходного подхода.

Метод сделок (или метод продаж) является частным случаем рассмотренного выше метода. Его применение заключается в аналитическом исследовании цен на приобретаемые контрольные пакеты акций сопоставимых компаний. В этом случае анализу подвергается информация, полученная с рынка слияний и поглощений, а не с фондового рынка.

Сравнивая метод сделок с методом рынка капитала, следует отметить, что в первом случае рассчитывается стоимость контрольного пакета акций, а во втором случае компания оценивается по стоимости неконтрольного пакета. Различие очевидно, поскольку именно контрольный пакет акций дает право управлять компанией. Алгоритм этих методов одинаков, однако используемые при методе сделок мультипликаторы, рассчитываются на основе статистики крупных сделок на фондовом рынке. При этом используются цены по сделкам с контрольными пакетами или просто крупными пакетами акций.

Метод отраслевых коэффициентов (или отраслевой специфики) является модификацией метода рынка капитала. Данный метод может быть применим в специфических отраслях, для которых характерна устойчивая корреляция между динамикой стоимости компании и изменением дохода от реализации. Метод отраслевых коэффициентов применяют для ориентировочных оценок стоимости предприятия. Однако следует отметить, что в настоящее время этот метод не имеет широкого распространения в отечественной практике. Это связано с недостатком нужной информации, охватывающей длительный временной период.

Таким образом, для повышения эффективности практической оценочной деятельности необходимо не только знать особенности теории и методики оценки бизнеса, но и правильно их использовать. Именно поэтому необходимо глубокое изучение и правильное использование существующих правил и стандартов оценки бизнеса, различных теоретических понятий и определений, а также специальных методических подходов, применяемых в оценочной деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Закон Республики Казахстан «Об оценочной деятельности» № 133–VI: принят 10.01.2018 г. – Алматы: ЮРИСТ, 2019.
- 2 Бирмагамбетов Т.Б. Финансовые аспекты оценки стоимости компании: практическое пособие. – Алматы: ИП «Балауса», 2017.
- 3 Фрэнк Ч. Эванс, Дэвид М. Бишоп. Оценка компаний при слияниях и поглощениях. – М.: Альпина Паблишер, 2019.

Аңдатпа

Мақалада бизнесті бағалаудың теориялық және әдістемелік ерекшеліктері қарастырылған. Теориялық ұғымдарды ашу бизнесті бағалаудың мақсаты, міндеттері және негізгі себептері сияқты базалық санаттар негізінде жүргізіледі. Бағаланатын объектінің құны туралы түсінікке елеулі көңіл бөлінеді. Бұл ретте, нарықтық құнмен қатар бағалау қызметінде объектінің басқа да түрлері қолданылуы мүмкін, оларды таңдау және қолдану бағалау жүргізудің нақты шарттарына байланысты. Белгілі бір қызығушылық бағалау қызметінің принциптік негіздерін ашу болып табылады. Кластерлік тәсіл негізінде негізгі сыныптамалық топтарды бөле отырып, объектілерді бағалау принциптері қарастырылды. Бизнесті бағалау үшін бизнес-ортаға талдамалық зерттеулер жүргізудің маңызы зор. Осыған байланысты мақалада бизнестің макроқұрылымдарын, оның іскерлік ортасын, сондай-ақ бағаланатын бизнестің ішкі ортасын зерттеу қажеттілігі байқалады. Бизнесті бағалаудың теориялық ережелерін эмпирикалық қолдану бағалау қызметінің заңнамалық негіздерінің призмасы арқылы жүзеге асырылуы тиіс. Мақаланың негізгі бөлігі бизнесті бағалаудың әдістемелік ерекшеліктеріне арналған. Бизнесті бағалаудың негізгі үш түрі қарастырылды, оларды қолдану бағаланатын объектінің құнын анықтаудың жеке әдістерін талап етеді. Практикалық бағалау қызметінің тиімділігін арттыру үшін бизнесті бағалаудың теориясы мен әдістемесінің ерекшеліктерін білу ғана емес, сонымен қатар оларды дұрыс пайдалану керек, сондықтан бизнесті бағалаудың қолданыстағы ережелері мен стандарттарын терең зерделеу және дұрыс қолдану қажет.

Тірек сөздер: бизнесті талдау, бизнесті бағалау, нарықтық құн, құн түрлері, бизнес-орта, бағалау әдістері, бағалау қызметі.

Abstract

The article discusses the theoretical and methodological features of business assessment. The disclosure of theoretical concepts is carried out on the basis of such basic categories as the goal, objectives and main reasons for assessing a business. Significant attention is paid to the concept of the type of value of the assessed object. It is noted that along with the market value in assessment activities, other types of object value can be applied, the choice and application of which depends on the specific conditions of the assessment. The disclosure of the fundamental principles of assessment activities is of particular interest. Based on the cluster approach, the principles of evaluating objects with the identification of the main classification groups are considered. Conducting analytical studies of the business environment is of great importance to assess the business. In this regard, the article notes the need to study the macroenvironment of a business, its business environment, as well as the internal environment of the business being assessed. The empirical application of the theoretical provisions of business valuation should be carried out through the prism of the legislative foundations of valuation activities. The main part of the article is devoted to the methodological features of business valuation. Three main types of approach to business assessment are considered, the application of which requires individual methods for determining the value of the assessed property. To increase the efficiency of practical appraisal activities, it is necessary not only to know the features of the theory and methodology of business assessment, but also to use them correctly, therefore, a thorough study and proper use of existing rules and standards of business assessment is necessary.

Key words: business analysis, business assessment, market value, types of value, business environment, assessment methods, assessment activity.

МРНТИ 06.35.51
УДК 336.71 (657.1)

Г.Р. КАСЫМБЕКОВА,¹
PhD, доцент.
М.А. МАРКЕЛОВА,¹
М.Э.Н.
Д.Т. ДЖАРИКБАЕВА,¹
PhD, доцент.
С.С. АБДИЛЬДИН,¹
Д.Э.Н., доцент.
Университет «Туран»¹

АКТУАЛЬНАЯ ОЦЕНКА СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА БАНКОВ ВТОРОГО УРОВНЯ КАЗАХСТАНА С ПОЗИЦИЙ РАЗЛИЧНЫХ КРИТЕРИЕВ

Аннотация

Статья посвящена теоретическим и методологическим вопросам анализа динамики собственного капитала банков второго уровня. Авторами продемонстрированы актуальные данные по структуре фондирования банковского сектора Казахстана и по достаточности собственного капитала банков второго уровня за последние три года. В настоящее время взаимосвязь доходности и устойчивости банков строится на принципах максимизации прибыли банка при соблюдении установленных пруденциальных нормативов Национального банка Республики Казахстан. Ключевые задачи анализа собственного капитала приводят к оценке собственного капитала, выявлению особенностей изменения структуры собственного капитала для полной оценки качества управления, оценке чистого собственного капитала (капитала-нетто), выявлению резерва роста капитала. Объем достаточности собственного капитала банка обычно на практике реален при комплексном системном анализе деятельности банков второго уровня, то есть в совокупности с иными показателями аналитики. Некоторые из обанкротившихся банков второго уровня имели достаточный объем собственного капитала. Достаточный удельный вес уставного капитала характеризует высокое качество капитала, что дает возможность акционерам присваивать прибыль в виде дивидендов, сокращая дальнейшее развитие банка. Делая вывод из вышесказанного, можно обобщить, что только по показателю достаточности капитала невозможно объективно определить надежность банка. Вместе с тем в статье проанализированы особенности и тенденции развития банковского сектора Республики Казахстан.

Ключевые слова: банки второго уровня, собственный капитал, достаточность капитала, банковские ресурсы, уставный капитал, прибыль, рентабельность.

В условиях рынка банки второго уровня (БВУ) Республики Казахстан формируют свои ресурсы из временно свободных денежных средств государства, юридических и физических лиц, размещают их с целью получения прибыли. Состав ресурсной базы банка состоит из собственных средств, а также привлеченных средств и определяется особенностями банковских операций. Большую часть средств составляют привлеченные и заемные, меньшую – собственные средства банка [1].

Одно из основных условий управления собственным капиталом банка – определение достаточной величины капитала и поддержание ее в установленных пределах. Объем собственного капитала банка должен соответствовать активам банка с учетом степени риска. Следовательно, управление банком в современных условиях предполагает постоянный анализ структуры и величины собственного капитала банка.

Объем собственного капитала банка второго уровня отражает структуру, а также величину активов, следовательно, и доходов банка. Поэтому анализ собственного капитала банка – первоочередная задача в оценке деятельности банка.

В основном цели аналитической оценки собственного капитала банка приводят к оценке ресурсов, определению направлений изменения объема собственного капитала для оценки качества и эффективности его управления.

Информационной базой для анализа деятельности банка второго уровня являются балансовые данные, отчеты о прибылях и убытках, общая финансовая отчетность, данные о выполнении экономических нормативов – пруденциальных нормативов, расшифровки дебиторско-

кредиторской задолженности и другие формы отчетности, а также публикации в печатных изданиях [2].

Методические основы анализа банковских ресурсов включают следующие направления:

- ♦ подбор и систематизация информационного обеспечения для проведения анализа ресурсной базы банка;
- ♦ обработка информации о банковских ресурсах, их формировании и использовании;
- ♦ изучение собственного капитала банка второго уровня и анализ источников его формирования и степени его достаточности;
- ♦ анализ показателей достаточности капитала, определение излишка недостатка капитала, состава капитала, структуры источников основного и дополнительного капитала, анализ активов, взвешенных с учетом принимаемого риска, анализ активов по группам рисков;
- ♦ выявление привлеченных и заемных средств банка, срочных банковских ресурсов и ресурсов до востребования и их вложений в доходные банковские операции;
- ♦ анализ формирования ресурсной базы банков для целей ее использования в оперативном, текущем и стратегическом управлении;
- ♦ изучение влияния составляющих ресурсной базы банка на его прибыль и устойчивость.

В настоящее время взаимосвязь доходности и устойчивости банков строится на принципах максимизации прибыли банка при соблюдении установленных экономических нормативов НБ РК. При этом базовая концепция оптимизации структуры капитала банка должна отвечать целям собственников и одновременно обеспечивать доходность активов и платежеспособность банка при соблюдении нормативов капитала с учетом банковских рисков.

На практике банки второго уровня занижают уровень ликвидности, уделяя больше внимания прибыльности. Такое положение чревато серьезными проблемами в обеспечении финансовой устойчивости, поэтому для банков второго уровня предпочтительна максимальная ликвидность при определенном уровне рентабельности.

При проведении анализа необходимо в первую очередь оценить эффективность управления собственным капиталом банка. Наиболее устойчивым элементом собственных средств банков второго уровня является уставный капитал. Увеличивают уставный капитал банки путем выпуска новых акций или капитализации части нераспределенной прибыли.

Резервный капитал банка предназначен для обеспечения обязательств и покрытия общих по банковским операциям потерь. Расходуется резервный капитал по решению правления банка второго уровня.

Объем собственного капитала банка и его достаточность регулируется нормативными актами НБ РК.

Динамика структуры фондирования отечественного банковского сектора Казахстана по состоянию на 1 января 2019 г. (при учете заключительных оборотов) представлена следующими данными (таблица 1) [3].

Таблица 1 – Структура фондирования банковского сектора Казахстана

(млрд тенге)

Показатели	На 1.01.2017 г.		На 1.01.2018 г.		На 1.01.2019 г.	
	сумма	в %	сумма	в %	сумма	в %
Межбанковские вклады	418,3	1,6	315,6	1,3	254,0	1
Займы полученные	1 236,3	4,8	813,5	3,4	1 031,5	4,1
Вклады клиентов	17 268,6	67,6	16 680,5	69,0	17 043,0	67,5
Выпущенные в обращение ценные бумаги	1 778,1	7	1 321,1	5,5	1 665,1	6,6
Уставный капитал	1 618,8	6,3	1 992,6	8,2	1 547,3	6,1
Резервный капитал	275,6	1,1	273,2	1,1	188,7	0,7
Нераспределенная чистая прибыль (непокрытый убыток) текущего года	401,7	1,6	-65,9	-0,3	768,4	3
Прочие пассивы	2 563,7	10	2 827,4	11,7	2 746	10,9
Итого пассивы	25 561,2	100,0	24 157,9	100,0	25 244,0	100,0
Примечание – Составлено авторами на основании данных Национального банка РК: http://www.nationalbank.kz .						

Приведенная в таблице 1 структура фондирования банков второго уровня РК показывает, что основную долю пассивов составляют вклады клиентов – 67,5%. За три года уставный капитал снизился с 1 618,8 млрд тенге до 1 547,3 млрд тенге, снижение составило 4,4%. Однако удельный вес уставного капитала снизился незначительно – с 6,3% до 6,1%. При этом необходимо отметить, что прирост уставного капитала за 2017 г. составил 373,8 млрд тенге, а за 2018 г. произошло значительное снижение на 445,3 млрд тенге. Вклады клиентов за эти годы также снизились с 17 268,6 млрд тенге до 17 043,0 млрд тенге, или на 1,3%.

Достаточность капитала как в казахстанской, так и в международной практике трактуется неоднозначно. Многие ученые считают, что достаточность собственного капитала банков второго уровня отражает устойчивость, надежность и степень их подверженности всевозможным банковским рискам.

Однако величина достаточности собственного капитала банка, как показывает практика, реальна при комплексном системном анализе деятельности банков второго уровня, то есть в совокупности с другими аналитическими показателями. Многие обанкротившиеся банки второго уровня имели достаточный объем собственного капитала. Поэтому только по показателю достаточности капитала невозможно объективно определить надежность банка.

По данным Национального банка РК, по состоянию на 1 апреля 2019 г. величина регуляторного собственного капитала банковской отрасли была равна 3 872,8 млрд тенге (на начало 2019 г. – 3 863,8 млрд тенге), рост за 3 месяца 2019 г. – 0,23%. Коэффициенты достаточности капитала на 1 апреля 2019 г. составили: К 1–1 – 17,8%; К 1–2 – 17,9%; К 2 – 23,2%. При этих показателях на начало текущего года коэффициенты адекватности капитала равны: К 1–1 – 16,5%; К 1–2 – 16,8%; К 2 – 21,8% (таблица 2) [3].

Таблица 2 – Показатели достаточности собственного капитала банков второго уровня Республики Казахстан

(млрд тенге)

Наименование показателя	на 1.01.2017 г.		на 1.03.2018 г.		на 1.01.2019 г.	
	сумма	в %	сумма	в %	сумма	в %
Капитал 1 уровня	2 825,6	7,5	2 909,4	79,3	2 970,3	76,9
Капитал 2 уровня	470,9	4,6	898,8	24,5	995,0	25,8
Корректировка СК (положительная разница между депозитами физических лиц и балансовым СК)	67,4	2,09	141,4	3,86	101,5	25,8
Всего расчетный собственный капитал	3 229,1	100,0	3 666,8	100,0	3 863,8	100,0
К 1–1 – коэффициент достаточности СК	–	13,7	–	16,8	–	16,5
К 1–2 – коэффициент достаточности СК	–	14,3	–	17,1	–	16,8
К 1–3 – коэффициент достаточности СК	–	16,4	–	21,6	–	21,8
Примечание – Составлено авторами на основании данных Национального банка РК: http://www.nationalbank.kz .						

Показатели таблицы 2 отразили динамику изменений капитала банковского сектора РК: положительный прирост за 2017 г. и небольшое снижение за 2018 г. Эти данные указывают на его развитие.

В структуре собственного капитала банковского сектора РК преобладает капитал 1-го уровня, доля его на 1.01.2019 г. – 76,9%. Это свидетельствует о формировании собственных средств БВУ РК посредством качественных и, соответственно, более дорогих источников. Следовательно, финансовая устойчивость банков второго уровня достаточная. Однако формирование собственного капитала в наибольшей степени за счет нераспределенной прибыли существенно занижает получение дохода по активным операциям БВУ.

Проводя аналитическую работу по прибыли, которая выступает источником собственного капитала, можно акцентировать внимание на том, что БВУ РК имеют нераспределенную прибыль на начало текущего года в размере 768,4 млрд тенге, что составляет в структуре фондирования БВУ РК 3%, и можно сказать, что в результате эффективной банковской деятельности по-

лучена прибыль. На начало 2018 г., по данным НБ РК, ситуация отрицательная: БВУ РК имеют нераспределенную прибыль на начало 2018 г. в размере –65,9 млрд, что составляет в структуре фондирования БВУ РК –0,3%.

В структуре фондирования БВУ РК удельный вес уставного капитала имеет неравномерную тенденцию и составляет в 2017 г. 6,3%, в 2018 г. – 8,2%, а в 2019 г. – 6,1%, в абсолютном значении показатель меняет свое значение. Достаточный удельный вес уставного капитала характеризует высокое качество капитала. Но это дает возможность акционерам присваивать прибыль в виде дивидендов, сокращая дальнейшее развитие банка.

Беря во внимание авторитетные мнения специалистов, для более детального анализа уставного капитала необходимо проводить расчеты по оценочным коэффициентам:

- ♦ коэффициент соотношения объема активов и уставного капитала банка;
- ♦ коэффициент соотношения объема собственных средств и уставного капитала банка;
- ♦ коэффициент привлеченных средств и уставного капитала;
- ♦ коэффициент соотношения чистых кредитных вложений и уставного капитала банка;
- ♦ коэффициент рентабельности уставного капитала.

Невзирая на то, что в целом капитальная база банков второго уровня РК характеризуется положительно, наращивание собственного капитала и рост рентабельности капитала остается актуальной задачей. Но высокий уровень кредитной активности ведет к увеличению рисков и увеличению расходов на создание резервов по сомнительным и безнадежным банковским активам. Для усиления защиты от системных рисков казахстанским БВУ необходим достаточный объем собственного капитала.

Собственные капитальные ресурсы определяют конкурентную позицию БВУ на внутреннем и международном рынках капитала. Особенно это важно, если учитывать, что к 2021 г. казахстанские БВУ должны полностью перейти на международные стандарты достаточности капитала Базель III.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Исакаков У.М. Банковское дело / под ред. заслуженного деятеля РК, д.э.н., профессора У.М. Исакакова. – Алматы, 2011. – 552 с.
- 2 Полищук А.И. Банковский учет и отчетность. – М.: Институт международного права и экономики им. А.С. Грибоедова, 1998. – 205 с.
- 3 Официальный сайт Национального банка РК. Банковский сектор (дата обращения: 5.10.2019 г.): <http://www.nationalbank.kz>.

Аңдатпа

Мақала екінші деңгейдегі банктердің меншікті капиталының динамикасын талдаудың теориялық және әдіснамалық мәселелеріне арналған. Авторлар Қазақстанның банк секторын қорландыру құрылымы бойынша және соңғы үш жылда екінші деңгейдегі банктердің меншікті капиталының жеткіліктілігі бойынша өзекті деректерді көрсетті. Қазіргі уақытта банктердің кірістілігі мен тұрақтылығының өзара байланысы Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің белгіленген пруденциалдық нормативтерін сақтай отырып, банк пайдасын барынша арттыру қағидаттарында құрылады. Меншікті капиталды талдаудың негізгі міндеттері меншікті капиталдың жай-күйін бағалауға, оны басқару сапасын бағалау үшін меншікті капитал құрылымының өзгеру үрдісін анықтауға, таза меншікті капиталды (капиталды-нетто) бағалауға, меншікті капиталдың өсу резервтерін айқындауға негізделеді. Банктің меншікті капиталы жеткіліктілігінің көлемі, әдетте, тәжірибеде, екінші деңгейдегі банктердің қызметін кешенді жүйелі талдау кезінде, яғни басқа талдамалық көрсеткіштермен жиынтығында нақты. Екінші деңгейдегі банкротқа ұшыраған кейбір банктердің меншікті капиталының жеткілікті көлемі болған. Жарғылық капиталдың жеткілікті үлес салмағы капиталдың жоғары сапасын сипаттайды, бұл акционерлерге банктің одан әрі дамуын қысқарта отырып, дивидендтер түрінде пайда беруге мүмкіндік береді. Жоғарыда айтылғандардан қорытынды жасай отырып, капиталдың жеткіліктілік көрсеткіші бойынша ғана банктің сенімділігін объективті анықтау мүмкін емес екенін жалпылауға болады. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасының банк секторын дамытудың ерекшеліктері мен үрдістері талданды.

Тірек сөздер: екінші деңгейдегі банктер, меншікті капитал, капитал жеткіліктілігі, банк ресурстары, жарғы капиталы, пайда, рентабельдік.

Abstract

The article is devoted to the theoretical and methodological issues of the analysis of the dynamics of the equity capital of second-tier banks. The authors demonstrate the actual data on the structure of funding of the banking sector of Kazakhstan and the adequacy of equity of second-tier banks over the past three years. Currently, the relationship between profitability and stability of banks is based on the principles of maximizing the bank profits in compliance with the established prudential standards of the National Bank of the Republic of Kazakhstan. The main objectives of the analysis of equity are to assess the state of equity, identify trends in the structure of equity to assess the quality of its management, the assessment of net equity (capital-net), the definition of reserves for growth of equity. The amount of equity capital adequacy of the bank, usually in practice, is real in a comprehensive system analysis of the second-tier banks, that is, in conjunction with other analytical indicators. Some of the failed second-tier banks had sufficient equity. Sufficient share of the authorized capital characterizes the high quality of the capital, which allows shareholders to assign profits in the form of dividends, reducing the further development of the bank. Drawing a conclusion from the above, it is possible to generalize that only in terms of capital adequacy it is impossible to objectively determine the reliability of the bank. At the same time, the features and trends of development of the banking sector of the Republic of Kazakhstan are analyzed.

Key words: second-tier banks, equity, capital adequacy, bank resources, authorized capital, profit, profitability.

МРНТИ 06,73.45
УДК 336 (075.8)

Г.С. МАРГАЦКАЯ,¹

к.э.н., профессор.

И.В. СЕЛЕЗНЁВА,¹

д.э.н., профессор.

Р.В. МАРГАЦКИЙ,¹

к.э.н., доцент.

Т.Т. МУХАМЕДЬЯРОВА-ЛЕВИНА,¹

к.э.н., доцент.

Университет «Туран»¹

РАЗВИТИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ КАЗАХСТАНА

Аннотация

Классический подход к систематизации банковских рисков уже не отражает весь спектр рисков в современных бизнес-процессах банка. В целом общая картина развития банковского сектора, по отчетным данным Национального банка, видится достаточно привлекательной. Но глубокий анализ показывает, что идет искажение реальных показателей. Причину мы видим в сложившейся практике рефинансирования, когда банк, переманивая клиентов, оформляет новый договор на погашение проблемного займа или пролонгирует срок погашения ссуды. Механизмы выявления и оценки рисков систематически обновляются. Принимая во внимание рекомендации Базельского комитета, регулятор разрабатывает и рекомендует стратегии и процессы, способствующие снижению рисков и позволяющие совершенствовать их мониторинг. На основе проведенного анализа существующих систем управления рисками в коммерческих банках Казахстана были выделены основные параметры стратегии риск-аппетита. Стратегия риск-аппетита четко ограничивает объем принимаемых рисков, в рамках которого осуществляется деятельность банка в ходе реализации общей стратегии банка, а также формирует риск-профиль деятельности банка с целью недопущения реализации рисков либо минимизации их отрицательного влияния на финансовое положение банка. Разрабатываемая стратегия риск-аппетита направлена на внедрение риск-культуры на всех уровнях организационной структуры банка. Риск-культура дополняет существующие утвержденные процедуры, процессы и механизмы деятельности банка и является неотъемлемым компонентом системы риск-менеджмента.

Ключевые слова: финансовый рынок, управление рисками, проблемные банки, банковские операции, репутационный риск, комплаенс-риск, риск-профиль, риск-аппетит, риск-культура.

Анализируя тенденции развития систем управления рисками на глобальном финансовом рынке, мы видим, что казахстанские банки не в полной мере используют инновации в построении моделей эффективного управления своими рисками.

Национальный банк в обеспечении финансовой стабильности в 2019 году продолжил работу по оздоровлению банковского сектора страны. Системная работа регулятора по мониторингу риска деятельности банков дала положительные результаты. Из банковского сегмента были выведены проблемные банки с высоким уровнем риска, ряд банков объединились.

Сегодня в республике функционирует 28 банков против 32 в 2018 г. и 7 организаций, осуществляющих отдельные виды банковских операций, в том числе 3 ипотечные организации.

В качестве ключевых тенденций отечественного банковского рынка можно отметить рост активов банков, которые за анализируемый период составили 25,2 трлн тенге и показали прирост против прошлого года на 4,5%. Появилась положительная динамика и по ссудному портфелю, который увеличился до 13,8 трлн тенге. Объем кредитования банками экономики в целом увеличился до 13,1 трлн тенге, продемонстрировав прирост 3,0% против прошлого года. Мы наблюдаем, наряду с ростом объемов краткосрочного кредитования почти на 5%, и увеличение размеров долгосрочных кредитов, которые составили на конец года 11,1 трлн тенге. Изменилось соотношение и в разрезе валют кредитования. До 10,1 трлн тенге вырос портфель кредитов в национальной валюте, тогда как кредиты в иностранной валюте составили в портфеле только 3,1 трлн тенге, продемонстрировав снижение на 10,2% [1]. Для банковской системы это в первую очередь показатель снижения валютных рисков и рисков ликвидности ссудного портфеля.

В целом общая картина развития банковского сектора, по отчетным данным Национального банка, видится достаточно привлекательной. Но глубокий анализ показывает, что идет искажение реальных показателей. Причину мы видим в сложившейся практике рефинансирования, когда банк, переманивая клиентов, оформляет новый договор на погашение проблемного займа или пролонгирует срок погашения ссуды.

В настоящее время очень высокими остаются показатели по просроченным кредитам – почти 1 трлн тенге, или 7,4% от совокупного кредитного портфеля банков. По данным регулятора, почти 2 трлн тенге, или 13% от совокупного кредитного портфеля, составляют сформированные провизии [1].

Мы считаем, что «приукрашивание» качества ссудного портфеля дает отсрочку банку только на короткое время, так как в длительной перспективе недостаток капитала приведет к возрастанию рисков и в конечном счете – к ликвидации такого банка.

Очевидно, что для построения эффективной бизнес-модели банку необходимо не скрывать свои недочеты, а строить эффективную модель управления рисками во всех сферах своей деятельности.

В современном банкинге появилось достаточно много специфических понятий, связанных с разработкой и использованием эффективных систем управления рисками. В данной статье сделана попытка рассмотреть отдельные инновации системы финансового риск-менеджмента.

Управление риском – деятельность по сокращению возможных потерь, связанных с риском [2]. Эффективность организации управления риском во многом определяется четким процессом принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь банка [3].

В экономической литературе нет единого подхода к классификации банковских рисков, в том числе связанных с институциональными основами национальных банковских систем. Наиболее известной классификацией является классификация банковских рисков, предложенная П.С. Роуз [4].

Вместе с тем классический подход к систематизации банковских рисков уже не отражает весь спектр рисков современной деятельности банка.

Нацбанк РК систематически обновляет процедуры выявления и оценки рисков, разрабатывает и рекомендует политики и процессы по снижению и мониторингу риска.

Регулятор рассматривает управление финансовыми рисками активных операций через установку определенных нормативов и ограничений. Рыночные риски предлагается рассматривать с ограничениями по таким параметрам, как tracking error, Value-atRisk, диверсификация инструментов для инвестирования и совершенствование системы оценки структуры и качества ссудного портфеля.

Работая в рамках рекомендаций Базельского комитета, коммерческие банки Казахстана строят свои системы управления рисками, основываясь на рекомендованных регулятором методиках по минимизации рисков и их отслеживанию.

Вместе с тем система управления рисками, разрабатываемая и рекомендуемая Нацбанком РК, хотя и обеспечивает разумные гарантии, но не защищает бизнес-процессы от всех возможных потерь. Финансовый институт должен самостоятельно построить максимально эффективную стратегию управления рисками с учетом специфики своих активов, организационной структуры, клиентской базы и много другого.

В финансовой среде в течение 2019 г. идет широкое обсуждение системы управления рисками и механизмов внутреннего контроля банков второго уровня. В разрабатываемых методиках появляются новые виды рисков, которые мы хотели более детально рассмотреть в данной статье.

В последние годы в информационном поле неоднократно появлялась фейковая информация о ненадежности того или иного казахстанского банка. Клиенты банка отзывали свои активы, и банк нес определенные убытки. Возникла необходимость включения в систему управления рисками банка репутационного риска.

Под репутационным риском предлагается понимать возможность возникновения потерь по причине сложившегося отрицательного общественного мнения о надежности банка, качестве

оказываемых им услуг или характере деятельности банка в целом, результатом чего является неполучение запланированных доходов по причине сужения клиентской базы, снижение иных показателей развития.

На финансовом рынке Казахстана все большее количество отечественных банков работает с привлечением иностранных партнеров, что, в свою очередь, требует знания банковского законодательства стран-партнеров всеми сотрудниками банка, а это не всегда возможно на низовых уровнях, где работа идет напрямую с клиентами. Возникает комплаенс-риск, под которым понимаем вероятность возникновения потерь по причине несоблюдения банком и его работниками каких-либо установленных норм. К ним можно отнести нарушения законодательства Республики Казахстан, правовых актов и нормативов регулятора, внутренних документов банка, регламентирующих бизнес-процессы банка и механизмы проведения операций на финансовом рынке, а также законодательства тех иностранных государств, с которыми банки взаимодействуют в процессе своей деятельности.

Для каждого банка характерна определенная бизнес-модель, сформированная с учетом объема активов, характера и уровня сложности деятельности, организационной структуры, риск-профиля.

Под риск-профилем будем понимать совокупность видов риска и других сведений, характеризующих степень подверженности банка рискам, присущим всем видам деятельности банка для выявления слабых сторон и определения приоритетности последующих действий в рамках системы управления рисками.

В целях поддержания стратегии и бюджета банка в актуальном состоянии банк ежегодно осуществляет анализ целевых рынков, в которых осуществляет свою деятельность, проводит оценку конкурентной среды, достаточности ресурсов и способности генерировать краткосрочную и долгосрочную доходность.

Стратегическое и бюджетное планирование осуществляется в рамках принятых и утвержденных уровней риск-аппетита. В целях построения эффективной системы управления рисками Совет директоров банка определяет стратегию риск-аппетита, а затем утверждает либо в качестве отдельного документа, либо как составную часть стратегии банка.

Определение риск-аппетита формирует четкие границы объема принимаемых рисков, в которых осуществляется деятельность банка в рамках реализации общей стратегии, а также риск-профиль деятельности банка с целью недопущения реализации рисков либо минимизации их отрицательного влияния на финансовое положение банка.

Рассмотрим основные параметры стратегии риск-аппетита. Эффективная стратегия риск-аппетита содержит описание риск-профиля банка и обеспечивает защиту от принятия банком избыточных рисков при принятии решений. Она определяет процесс распространения стратегии по всем структурным подразделениям и доводится до сведения работников банка. Стратегия меняется в случае существенных изменений рыночных условий и уровня финансовой устойчивости банка.

Эффективная стратегия риск-аппетита является основой для формирования особого заявления, которое утверждается Советом директоров банка. Заявление риск-аппетита описывает агрегированные уровни существенных рисков и включает количественные показатели по лимитам в отношении доходности, ликвидности, капитала и других значимых для банка показателей.

Целесообразно учитывать стратегию риск-аппетита как при стратегическом и бюджетном планировании, так и во внутренних процессах оценки достаточности капитала и ликвидности, а также при формировании организационной структуры банка и политики оплаты труда.

Разрабатываемая стратегия риск-аппетита направлена на внедрение риск-культуры на всех уровнях организационной структуры банка.

Риск-культура – процессы, процедуры, внутренние правила банка, направленные на понимание, принятие, управление и контроль за рисками с целью минимизации их влияния на финансовое состояние банка, а также этические нормы и стандарты профессиональной деятельности всех участников организационной структуры.

Риск-культура дополняет существующие утвержденные процедуры, процессы и механизмы деятельности банка и является неотъемлемым компонентом системы управления рисками.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Официальный сайт Национального банка РК: www.nationalbank.kz.
- 2 Управление рисками: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/business/13134>.
- 3 Правила формирования системы управления рисками и внутреннего контроля для банков второго уровня: <https://legalacts.egov.kz>.
- 4 Интернет-издание «Библиотека русских учебников». Категории и классификация рисков: // интернет-издание <http://uchebnikionline.com/>.

Аңдатпа

Банк тәуекелдерін жүйелеудің классикалық тәсілі, банктің қазіргі заманғы бизнес-үдерістеріндегі тәуекелдердің барлық спектрін көрсетпейді. Тұтастай алғанда, Ұлттық Банктің есептік деректері бойынша банк секторының жалпы көрінісі өте тартымды болып көрінеді. Бірақ терең талдау нақты көрсеткіштердің бұрмаланғанын көрсетеді. Мұның себебін қазіргі қайта қаржыландыру тәжірибесінде, банк клиенттерді жалдап, проблемалық несиені өтеу туралы жаңа келісім жасасқанда немесе несиені өтеу мерзімін ұзартқанда көреміз. Тәуекелдерді анықтаудың және бағалаудың тетіктері жүйелі түрде жаңартылып отырады. Базель комитетінің ұсыныстарын назарға ала отырып, реттеуші тәуекелдерді төмендетуге ықпал ететін және олардың мониторингін жетілдіруге мүмкіндік беретін стратегиялар мен процестерді әзірлейді және ұсынады. Қазақстанның коммерциялық банктеріндегі қолданыстағы тәуекелдерді басқару жүйелеріне жүргізілген талдау негізінде тәуекел-тәбет стратегиясының негізгі параметрлері бөлінді. Тәуекел-тәбет стратегиясы банктің жалпы стратегиясын іске асыру барысында банктің қызметі жүзеге асырылып, қабылданатын тәуекелдердің көлемін нақты шектейді, сондай-ақ тәуекелдерді іске асыруға жол бермеу немесе олардың банктің қаржылық жағдайына теріс әсерін азайту мақсатында банк қызметінің тәуекел-профилін қалыптастырады. Әзірленетін тәуекел-тәбет стратегиясы банктің ұйымдық құрылымының барлық деңгейлерінде тәуекел-мәдениетін енгізуге бағытталған. Тәуекел-мәдениет банк қызметінің қолданыстағы бекітілген рәсімдерін, процестері мен тетіктерін толықтырады және тәуекел-менеджмент жүйесінің ажырамас құрамдас бөлігі болып табылады.

Тірек сөздер: қаржы нарығы, тәуекелдерді басқару, проблемалық банктер, банктік операциялар, бедел тәуекелі, комплаенс-тәуекел, тәуекел-профиль, тәуекел-тәбет, тәуекел-мәдениет.

Abstract

The classical approach to the systematization of banking risks no longer reflects the entire spectrum of risks in modern business processes of the bank. In general, the overall picture of the development of the banking sector according to the National Bank reporting data is seen as quite attractive. But in-depth analysis shows that there is a distortion of real indicators. We see the reason in the current practice of refinancing, when the bank, luring customers, draws up a new agreement to repay a problem loan or prolongs the repayment term of the loan. Risk identification and assessment mechanisms are systematically updating. Taking into account the recommendations of the Basel Committee, the regulator develops and recommends strategies and processes that help to reduce risks and allow for better monitoring. Based on the analysis of existing risk management systems in commercial banks of Kazakhstan, the main parameters of the risk appetite strategy were identified. The risk appetite strategy clearly limits the amount of risks taken, within which the bank operates during the implementation of the bank's overall strategy, and also forms a risk profile of the bank's activities in order to prevent risks from occurring or minimize their negative impact on the financial position of the bank. The developing risk appetite strategy is aimed at introducing a risk culture at all levels of the bank's organizational structure. Risk culture supplements the existing approved procedures, processes and mechanisms of the bank activity and is an integral component of the risk management system.

Key words: financial market, risk management, problem banks, bank operations, reputational risk, compliance risk, risk profile, risk appetite, risk culture.

IRSTI 65.01.75
UDC 336.7

A.K. SHAIKHUTDINOVA,¹
c.e.s., associate professor.
S.ZH. PRALIEVA,¹
c.e.s., associate professor.
V.D. ZABOLOTNIKOVA,¹
master.
SH.D. KYDYRBAYEVA,¹
c.e.s., associate professor.
Turan University¹

ISLAMIC CAPITAL MARKET: GLOBAL DEVELOPMENT AND TRENDS

Abstract

The article examined trends in the global Islamic capital markets in 2018 using three main asset classes: sukuk, Islamic stocks and Islamic funds. It was noted that the world capital markets in 2018 were affected by a number of factors, including the slowdown in economic growth and ongoing geopolitical problems. Trade uncertainty came to the fore after the announcement that the US would impose tariffs on steel and aluminum imports, which weighed most on equity markets. Markets were also affected by higher interest rates by the US Federal Reserve and, as a result, tighter international liquidity conditions and rising borrowing costs. Oil prices also experienced volatility in 2018, starting the year with a prolonged rebound in prices but eventually falling sharply in the fourth quarter. The conducted studies allow to draw the following conclusions that the positive results recorded in the ICM are due to sovereign and multilateral sukuk issues in the key markets of Islamic Finance to support the relevant budget expenditures. During this period, there have been a number of debuts in the sovereign issues market, including green sovereign sukuk to finance environmentally friendly projects. There is a trend of a noticeable increase in the number of Islamic funds in 2018. But due to the deterioration of stock market performance in developed and emerging equity markets in 2018, the assets of Islamic funds showed a decrease of 8.5% compared to 2017.

Key words: Islamic finance, capital market, Islamic stocks, sukuk, Islamic funds, interest rates, liquidity.

The global capital markets in 2018 were affected by a number of factors, including a moderation in economic growth and continuing geopolitical challenges. Trade uncertainty came to the forefront following the announcement that the US would impose tariffs on steel and aluminium imports, which weighed most heavily on the equity markets. Markets were also affected by the hike in interest rates by the US Federal Reserve and the resulting tightening of international liquidity conditions and increase in cost of borrowing. Oil prices also experienced volatility in 2018, starting the year with a continued rebound in price, but eventually plummeted in the fourth quarter [1].

Next, we consider the events and trends in the global Islamic capital markets in 2018, through the three main classes of assets, sukuk, Islamic stocks and Islamic funds.

Sukuk. Amidst the more challenging global conditions, new sukuk issuances in 2018 reached USD 93 billion, demonstrating a growth of 1,7% from the previous year (Figure 1, p. 145). While growth was more subdued in 2018 compared to the double-digit growth observed in 2017 which was a result of large issuances, particularly from GCC sovereigns (2017 – 22,8%), several positive trends emerged in 2018, including a promising increase in corporate issuances.

Notably, conventional bond issuances also saw a decline in 2018 across a number of jurisdictions including the GCC, which suggests that the overall slowdown in both bond and sukuk issuances may also have been due in part, aside from the volatility in financial markets and tightening financing conditions, to the higher oil prices during the first nine months of 2018 which reduced the borrowing needs for some sovereigns.

Sovereign issuances once again accounted for the majority of issuances – specifically, 74% of total issuances – in 2018. However, total sukuk issuances by sovereigns dropped by 9% in 2018.

Corporate sukuk issuances saw a significant boost in 2018, amounting to a total of USD 24,4 billion in 2018, which represents a 55% increase from the previous year. Increases in corporate issuances were led by the large issuances from the UAE, as well as from three other jurisdictions, Malaysia, Saudi Arabia and Turkey [2].

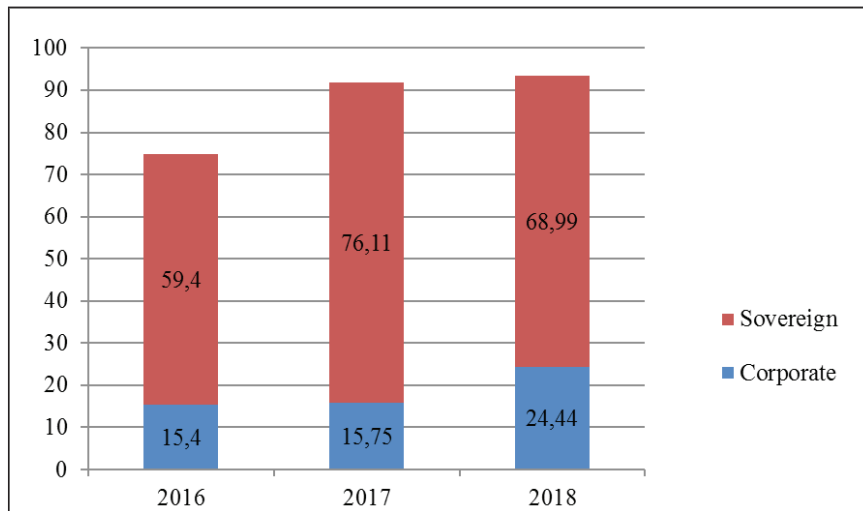


Figure 1 – Sukuk issuance trend (2016–2018), USD billion

Going into 2019, sukuk issuances are expected to continue to see robust growth given the lower levels of oil prices projected for the year and the increase in infrastructure spending, as well as the continuing need for deficit financing. Favourable developments in the sukuk sphere include the launch of a primary dealers’ programme for sovereign sukuk in Saudi Arabia in July 2018, as well as the commencement of sukuk trading on Borsa Istanbul via the Committed Transactions Market of sukuk (CTM). In other positive developments for the sukuk market, the inclusion of eligible sukuk in the JP Morgan Emerging Market Bond Index (EMBI) series from 2019 is noteworthy. This is likely to help boost the appeal of sukuk to more global investors, as well as contribute to increased liquidity of sukuk, potentially diversifying the investor base away from the buy-and-hold trend for sukuk.

Overall, the outlook for sukuk remains positive for 2019 as new jurisdictions such as Kazakhstan aim to issue sovereign sukuk in the near future, and the UK plans to reissue sovereign sukuk in 2019.

Islamic equities. The equity markets experienced extreme volatility in 2018, which saw a year of overall weak returns across global equity markets, including a 12,5% drop in the FTSE All-World index, the biggest percentage decline to date since the GFC in 2008 [2]. As discussed in the preceding section, markets were affected by the trade conflict between the United States and China, fears over rising interest rates, and continuing geopolitical uncertainties such as Brexit.

However, comparing Islamic indices with similar conventional indices, the Islamic equity markets did relatively better in 2018. Analysing the YTD returns of Islamic equity indices versus conventional indices as well as the total returns over three-year and five-year horizons, while there was a considerable drop in returns in 2018 for both the conventional and Sharia indices, the latter performed comparatively better across all indicators [3].

Table 1 – Total Returns of S&P Global 1200 Index vs. S&P Global 1200 Sharia Index (2018)

	S&P Global 1200 Index	S&P Global 1200 Sharia Index
2018	-8,17%	-4,79%
3 Yr	7,39%	8,64%
5 Yr	5,29%	6,76%
10 Yr	10,29%	11,11%

Looking at the longer-term trend, over a 10-year horizon from January 2009 to January 2019, the S&P Global 1200 Sharia Index also generated overall higher returns than its conventional benchmark at 11.11%, compared to 10.29% returns generated by S&P Global 1200 during the same period. A similar long-term trend was also observed between other comparable conventional and Islamic indices.

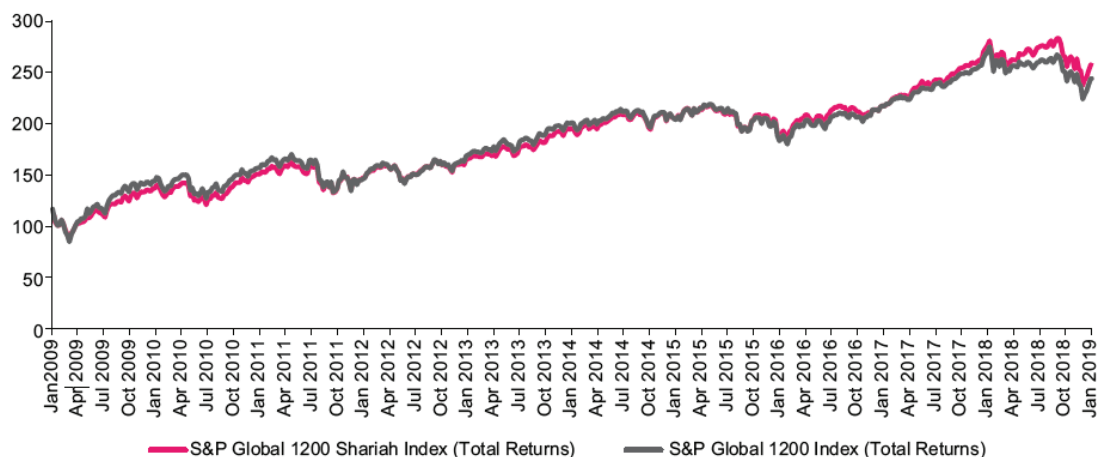


Figure 2 – Ten-year Historical Performance (2009–2019) [4]

Islamic funds. Islamic funds increased to a total of 1292 primary share funds (2017 – 1161 Islamic funds) holding about USD 67,4 billion of assets under management (AuM) as of end 2018. Notably, while the number of Islamic funds increased by 11% after a slight drop the previous year, the total AuM increased by a mere 1,0% indicating that the overall size of funds have not seen a significant increase. Out of the total number of Islamic funds, 860 funds are classified as active, holding about USD 61,5 billion AuM, indicating that while the number of Islamic funds has increased over the past year, the average size of funds has seen a contraction from USD 79,8 million in 2017 to USD 75,02 million as at the end of 2018.

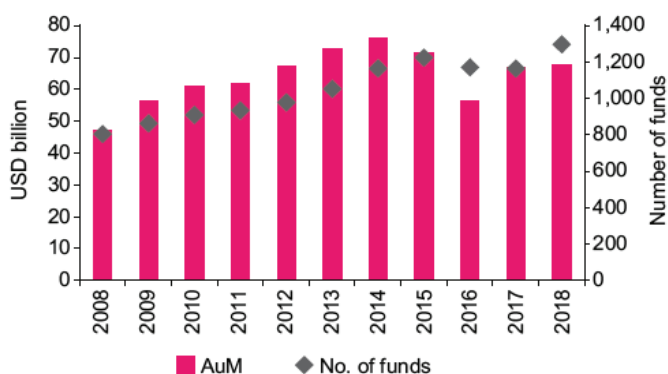


Figure 3 – Assets under Management and Number of Islamic Funds (2008–2018) [5]

Looking at the structure of global Islamic funds by asset classes (Figure 4, p. 147), the three major asset classes were equity, money market and commodities. The majority of funds were equity-focused (42%), with an increase in volume to USD 28.6 billion.

The volume of money market-based funds dropped slightly to 25%, totalling USD 17.03 billion AuM; while commodity-based funds increased to 15% share of total Islamic funds, making up USD 9.8 billion AuM. Other significant asset classes for Islamic funds include fixed income/sukuk funds (USD 6.4 billion) and mixed allocation funds (USD 4.9 billion) [6].

Summing up, we can draw the following conclusions that the positive performance recorded in the ICM is due to the sovereign and multilateral sukuk issuances in key Islamic finance markets to support respective budgetary expenditures. There were also a number market debuts of sovereign issuances, including green sovereign sukuk to finance eco-friendly environment projects.

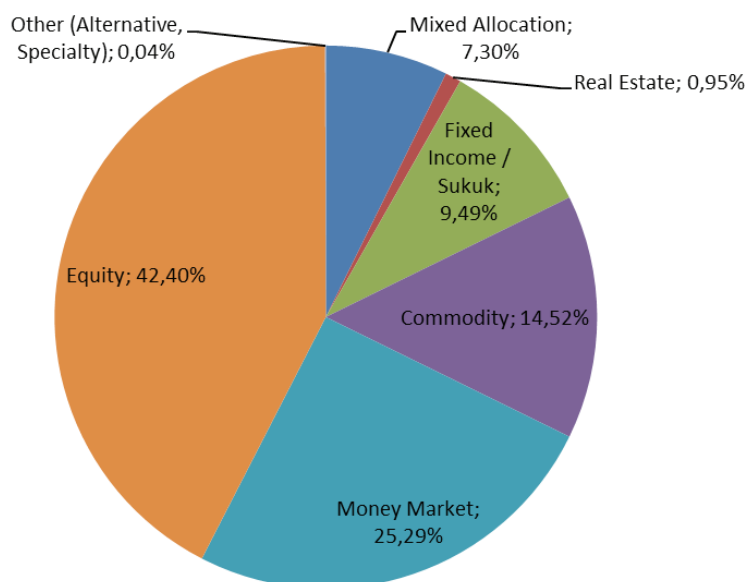


Figure 4 – Islamic Fund Assets by Asset Class (2018)

As a reflection of the deteriorating performance of equity markets in both advanced and emerging market equity indices in 2018, Islamic funds' assets also recorded a decrease of 8.5% compared to 2017. However, a notable increase is recorded in the number of Islamic funds in 2018 – to 1,292 (from 1,161 funds in 2017), of which 860 are active (821 in 2017).

LIST OF LITERATURE

- 1 Islamic Financial Services Board, 2019: <https://www.ifsb.org>.
- 2 Credit Suisse Global Investment Returns Yearbook 2018: <https://uncommonfinance.com>.
- 3 Gulf times. Daily Newspaper published by GPPC Doha, Qatar: <https://www.gulf-times.com/>.
- 4 IFSB Releases the 2019 Stability Report on Islamic Financial Services: <https://www.moodyanalytics.com/>.
- 5 Global Islamic Finance Markets 2018–2019 & 2024: <https://markets.businessinsider.com/>.
- 6 Islamic financial services industry stability report 2019: <http://ceif.iba.edu.pk>.

Аңдатпа

Мақалада 2018 жылы исламдық капиталдың әлемдік нарықтарындағы үш негізгі активтер кластарын: сукук, ислам акциялары мен ислам қорларын пайдалану үрдістері қарастырылды. Әлемдік капитал нарығына бірқатар факторлар әсер етті, оның ішінде экономикалық өсудің баяулауы және сақталып отырған геосаяси проблемалар. Сауда белгісіздігі АҚШ-тың болат пен алюминийдің импортына тарифтер енгізетіні туралы хабарлағаннан кейін алдыңғы жоспарға шықты, бұл шара акция нарықтарына әсер етті. Нарықтарға, сонымен қатар АҚШ Федералдық қорының пайыздық мөлшерлемелерінің артуы, соның салдарынан халықаралық өтімділік шарттарының қатаңдауы және қарыз алу құнының өсуі де ықпал етті. Мұнай бағасы да 2018 жылы өзгеріске ұшырап, жыл соңында, төртінші тоқсанда күрт төмендеді. Жүргізілген зерттеулер ІСМ-да тіркелген оң нәтижелердің тиісті бюджет шығыстарын қолдау үшін исламдық қаржыландырудың негізгі нарықтарындағы сукуктың егеменді және көпжақты шығарылымдарына негізделгенін көрсетті. Осы кезеңде егеменді шығарылымдар нарығында бірқатар дебюттер болды, оның ішінде экологиялық таза жобаларды қаржыландыру үшін жасыл егеменді сукук. 2018 жылы ислам қорлары санының ұлғаю үрдісі байқалады. Бірақ дамыған және дамушы акциялар нарықтарындағы қор нарықтары көрсеткіштерінің нашарлауына байланысты 2018 жылы ислам қорларының активтері 2017 жылмен салыстырғанда 8,5%-ға төмендегенін көрсетті.

Тірек сөздер: исламдық қаржыландыру, капитал нарығы, исламдық акциялар, сукук, исламдық қорлар, пайыздық мөлшерлемелер, өтімділік.

Аннотация

В статье рассмотрены тенденции на мировых рынках исламского капитала в 2018 г. с использованием трех основных классов активов: сукук, исламских акций и исламских фондов. Было отмечено, что на мировые рынки капитала повлиял ряд факторов, в том числе замедление экономического роста и сохраняющиеся геополитические проблемы. Торговая неопределенность вышла на передний план после объявления о том, что США введут тарифы на импорт стали и алюминия, что больше всего сказалось на рынках акций. Рынки также были затронуты повышением процентных ставок Федеральным резервом США и, как следствие, ужесточением условий международной ликвидности и ростом стоимости заимствований. Цены на нефть также испытали волатильность в 2018 г., начав год с продолжительного отскока цен, но в конечном итоге цены резко упали в четвертом квартале. Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что положительные результаты, зафиксированные в ИСМ, обусловлены суверенными и многосторонними выпусками сукук на ключевых рынках исламского финансирования для поддержки соответствующих бюджетных расходов. За данный период произошел ряд дебютов на рынке суверенных выпусков, в том числе зеленый суверенный сукук для финансирования экологически чистых проектов. Прослеживается тенденция заметного увеличения количества исламских фондов в 2018 г. Но в связи с ухудшением показателей фондовых рынков на развитых и развивающихся рынках акций в 2018 г. активы исламских фондов показали снижение на 8,5% по сравнению с 2017 г.

Ключевые слова: исламские финансы, рынок капитала, исламские акции, сукук, исламские фонды, процентные ставки, ликвидность.

МРНТИ 06.35.31
УДК 336.01

А.Ж. ДОСАЕВА,¹
к.э.н., доцент.
Университет «Туран»¹

ПРИНЦИПЫ, ПОДХОДЫ И ОСОБЕННОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА

Аннотация

Внедрение государственного аудита означало не искоренение системы государственного финансового контроля, а ее гармоничное вхождение в систему государственного аудита и адаптацию к ней. Государственный аудит носит не карательный характер, а ему свойственно предупредительное направление деятельности. Система государственного финансового контроля направлена на выявление нарушений, а государственный аудит должен осуществлять контроль качества и оценку существующей системы управления. В связи с этим исследование проблем развития государственного аудита является актуальным вопросом. В статье рассмотрены полномочия и функции органов финансового контроля с выделением внешнего и внутреннего государственного аудита. Изложенные в статье основные принципы функционирования системы государственного аудита и их интерпретация раскрывают его экономическую сущность. Также изучена сфера деятельности государственного аудита с подразделением на компоненты проведения. Автором представлены субъекты внешнего аудита, в частности, направления работы Счетного комитета и ревизионных комиссий, раскрыта деятельность уполномоченного органа по внутреннему аудиту и службы внутреннего аудита. Выделены особенности государственного внутреннего аудита и предложены подходы к поэтапному реформированию финансового контроля в Республике Казахстан. В заключение даны рекомендации по проведению комплекса мероприятий применительно к казахстанской практике, способствующие развитию системы государственного аудита.

Ключевые слова: государственный аудит, полномочия, функции, внешний аудит, внутренний аудит, финансовый контроль, стандарты, управление рисками.

Возникновение обязательств нового формата перед государственным аппаратом определяет необходимость развития системы государственного управления Казахстана. В зарубежной практике эти полномочия возложены на государственный аудит.

Как известно, Концепцией внедрения государственного аудита РК предполагалось создание ее комплексной системы. Также рассматривался процесс поэтапного выделения категории аудиторов в составе государственных служащих, что будет способствовать повышению их статуса. Государственный финансовый контроль, являясь неотъемлемой частью государственного управления, влияет на решение этих вопросов. По мнению казахстанских экономистов, действующая в стране система государственного финансового контроля «однобокая». Функционирующая в Казахстане система контроля выявляет случаи неэффективного использования средств, полученных из бюджета компаниями, а также финансовые нарушения в их деятельности.

Поэтому возникает необходимость внедрения института, который мог бы оценить существующую систему управления. Государственные аудиторы смогут содействовать дальнейшему эффективному развитию экономики, определяя ее основные направления. Разработка новой системы государственного аудита, способствующей развитию казахстанского общества, является актуальной проблемой.

Государственный аудит проводит оценку деятельности государственных органов и субъектов квазигосударственного сектора в развитии экономики или отдельных ее отраслей. В Послании народу Казахстана была поставлена «задача создать комплексную систему государственного аудита» [1]. В целом «государственный аудит для Казахстана видится как целостная и независимая оценка эффективности деятельности объектов аудита, охватывающая не только финансовые вопросы, но и все направления их деятельности» [2].

Государство имеет сложную структуру, которой нужно управлять, поэтому возникает необходимость совершенствования управления этой системой. На основе применения передового мирового опыта следует «сформировать новый тип государственного управления для дальнейшего укрепления государственности и развития казахстанской демократии» [1].

Государственный аудит осуществляют органы государственного аудита и финансового контроля (рисунок 1).



Рисунок 1 – Система финансового контроля

Примечание – Составлено на основе источника [3].

На рисунке 1 в целях повышения эффективности управления органы финансового контроля подразделены на категории:

- а) субъекты, осуществляющие внешний государственный аудит;
- б) органы, выполняющие внутренний аудит.

Таким образом, органам государственного управления необходимо выработать рекомендации для полного и своевременного контроля использования государственных средств.

Общеизвестно, что в Концепции внедрения государственного аудита РК были определены основные принципы функционирования системы государственного аудита, их характеристики представлены на рисунке 2 (стр. 151).

Исходя из данных рисунка 2, отметим, что органы государственного аудита обеспечивают квалифицированный аудит, а для повышения его качества рекомендуем применять непредвзятый и беспристрастный подход при проведении контроля.

Сферу деятельности государственного аудита можно подразделить на следующие компоненты (рисунок 3, стр. 151).

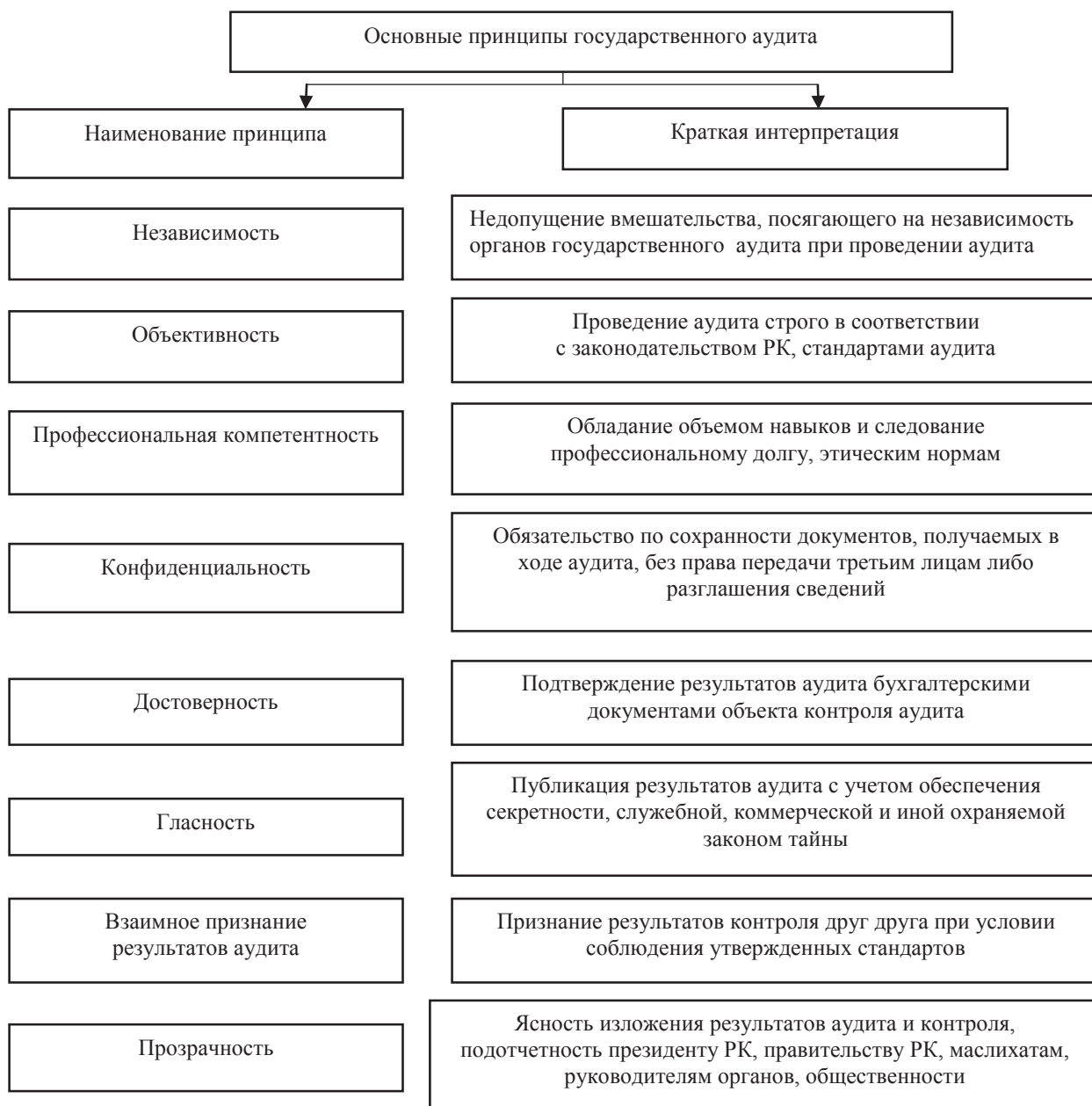


Рисунок 2 – Принципы государственного аудита и финансового контроля

Примечание – Составлено на основе источника [3].

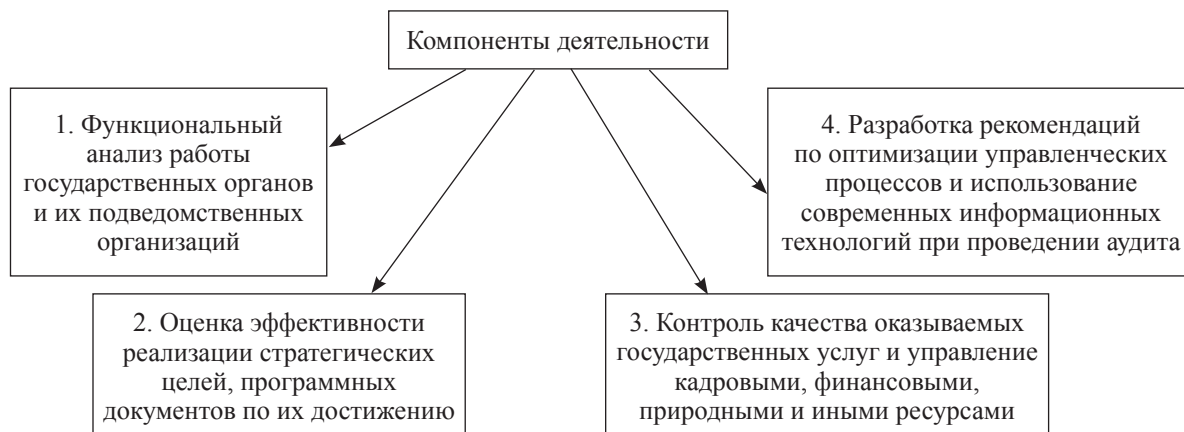


Рисунок 3 – Факторы, влияющие на деятельность организации

Примечание – Составлено авторами.

Государственный аудит осуществляет контроль за деятельностью государственных органов и качеством оказываемых услуг. На рисунке 4 представлены закрепленные за ним функции с подразделением их на виды аудита.



Рисунок 4 – Миссии внешнего и внутреннего аудита

Примечание – Составлено на основе источника [3].

Отметим, что внешний аудит осуществляет контроль за эффективным использованием финансовых, производственных, трудовых, информационных и других ресурсов. Миссией внутреннего аудита является анализ достижения государственным органом прямых и конечных результатов, предусмотренных в программных документах.

Также выделяются подгруппы специфических функций государственного аудита по видам управляемых объектов, а управление экономическими объектами требует совсем иных управляющих воздействий [4].

По мнению А. Калдыбаевой, «одним из актуальных вопросов, касающихся деятельности государственного аудита, остается неуккомплектованность органов государственного аудита» [5]. Аудиторские мероприятия, проводимые Счетным комитетом, показывают, что полномочия и функции данного органа контроля можно расширить.

Счетный комитет как инструмент для контроля эффективного использования правительством бюджетных средств, представляет следующие документы:

- ♦ заключение к отчету правительства об исполнении бюджета;
- ♦ отчет о результатах деятельности органов внешнего государственного аудита.

Таким образом, он оценивает работу субъектов квазигосударственного сектора и органов государственного аудита, при котором изучаются и анализируются причинно-следственные факторы, исходя из неисполнения стратегических и программных документов. Контрольные функции ревизионных комиссий в регионах идентичны Счетному комитету, кроме оценки проекта бюджета.

Деятельность уполномоченного органа по внутреннему аудиту заключается в следующем:

- ♦ обеспечении правительства РК объективной и достоверной информацией по исполнению бюджета;
- ♦ оценке эффективности деятельности государственных органов и служб внутреннего аудита.

СВА подчиняется руководителю государственного органа, дает объективную оценку и рекомендации, является подотчетным в представлении качественной отчетности по соблюдению стандартов и регламентов.

Уполномоченным органом по внутреннему аудиту могут проводиться проверки при отсутствии СВА, а также в случаях несоответствия их аудиторского отчета требованиям и утверж-

денным стандартам. Таким образом, для функционирования целостной системы государственного аудита и контроля рекомендуем подходы к поэтапному реформированию финансового контроля в РК:

- а) гармоничное вхождение в систему государственного аудита;
- б) выявление нарушений и принятие мер реагирования;
- в) оценка качества управления и повышение эффективности аудита.

Исходя из проведенного исследования, отметим, что казахстанская система государственного внешнего аудита, представленная Счетным комитетом, осуществляет контроль за исполнением республиканского бюджета.

В зарубежной практике предусматривается интеграция деятельности органов внешнего и внутреннего государственного аудита, исходя из этого, рекомендуем применять их положительный зарубежный опыт субъектами государственного аудита в Казахстане.

На основе выявленных недостатков государственный аудит полномочен в разработке действенных рекомендаций по управлению рисками. Применение этих предложений органами государственного аудита позволит создать более действенный инструмент контроля, который обеспечит общество качественной и независимой информацией.

Далее, хочется отметить, что внутренний государственный аудит, представленный в лице Министерства финансов РК, помогает организации достичь поставленных целей. Органам этого вида аудита рекомендуем использовать последовательный подход к оценке процессов управления рисками. Для контроля следует систематизировать деятельность субъектов, на основе которых нами выделены требования к государственному внутреннему аудиту:

- ◆ должен быть сконцентрирован в государственных органах;
- ◆ проводиться системой внутреннего аудита;
- ◆ носить постоянный характер;
- ◆ выступать базой для государственного контроля.

Таким образом, внедрение новой системы, оценивающей действующую систему управления финансового контроля, приведет к развитию казахстанского государственного аудита.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Послание Президента РК Нурсултана Назарбаева народу Казахстана. Стратегия «Казахстан–2050»: новый политический курс состоявшегося государства», 2012 г.: http://www.akorda.kz/ru/events/astana_kazakhstan/participation_in_events/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-lidera-nacii-nursultana-nazarbaeva-narodu-kazahstana-strategiya-kazahstan-2050-novyi-politicheskii-
- 2 Закон «О государственном аудите и финансовом контроле» № 392: принят 12.11.15 г.: [/http://adilet.zan.kz](http://adilet.zan.kz).
- 3 Об утверждении Концепции внедрения государственного аудита в Республике Казахстан: утв. Указом Президента Республики Казахстан 3 сентября 2013 г. № 634: [/http://adilet.zan.kz](http://adilet.zan.kz).
- 4 Чечеткин В.Д. Теоретико-методологические основы государственного аудита в системе управления структурными преобразованиями экономики: дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05, 08.00.12. – Москва, 2010. – 525 с.: <http://www.dslib.net/economika-xoziajstva/teoretiko-metodologicheskie-osnovy-gosudarstvennogo-audita-v-sisteme-upravlenija.html>.
- 5 Создать комплексную систему государственного аудита. 06.11.2018 г.: <http://www.minfin.gov.kz>.

Андатпа

Мемлекеттік аудиттің енгізілуі мемлекеттік қаржылық бақылау жүйесін жою дегенді білдірмейді, бірақ оның мемлекеттік аудит жүйесіне үйлесімді енуі және бейімделуі болды. Мемлекеттік аудит жазалау сипатына ие емес, бірақ ол қызметтің сақтық бағытымен сипатталады. Мемлекеттік қаржылық бақылау жүйесі бұзушылықтарды анықтауға бағытталған, ал мемлекеттік аудит сапаны бақылауды және қолданыстағы басқару жүйесін бағалауды жүзеге асыруы керек. Мемлекеттік аудиттің даму мәселелерін зерттеуге арналған ғылыми мақала өзекті болып табылады. Мақалада қаржылық бақылау органдарының сыртқы және ішкі мемлекеттік аудитіне назар аудара отырып, олардың өкілеттіктері мен функциялары қарастырылады. Мақалада баяндалған мемлекеттік аудит жүйесінің жұмыс істеуінің негізгі қағидалары және оларды түсіндіру оның экономикалық мәнін ашады. Сондай-ақ, мемлекеттік аудиттің жүргізілетін құрамдас бөліктерге бөлінген

бөлімдерімен жұмыс істеу саласы зерттелді. Авторлар сыртқы аудиттің субъектілерін, атап айтқанда Есеп комитеті мен тексеру комиссияларының жұмыс бағыттарын ұсынған. Ішкі аудит жөніндегі уәкілетті органның және ішкі аудит қызметінің қызметі туралы ақпарат береді. Мемлекеттік ішкі аудиттің ерекшеліктеріне назар аударылды және Қазақстан Республикасында кезең-кезеңімен қаржылық бақылауды реформалау тәсілдері ұсынылған. Қорытындылай келе, мемлекеттік аудит жүйесін дамытуға ықпал ететін қазақстандық тәжірибеге қолданылатын шаралар кешенін жүзеге асыру бойынша ұсыныстар берілді.

Тірек сөздер: мемлекеттік аудит, өкілеттік, функциялар, сыртқы аудит, ішкі аудит, қаржылық бақылау, стандарттар, тәуекелдерді басқару.

Abstract

The introduction of state audit did not mean the eradication of the state financial control system, but its harmonious entry and adaptation into the state audit system. The state audit is not punitive in nature, but it is characterized by a precautionary line of activity. The system of state financial control is aimed at identifying violations, and the state audit should carry out quality control and assess the existing management system. In this regard, the study of the problems of development of state audit is a topical issue. The article discusses the powers and functions of financial control bodies with emphasis on their external and internal state audit. The basic principles of the functioning of the state audit system and their interpretation disclosed in the article reveal its economic essence. The scope of activity of the state audit with a subdivision into the components of conducting is also studied. The authors represented the subjects of external audit, in particular, the areas of work of the Accounts committee and audit commissions. The work discloses the activities of the authorized body for internal audit and the internal audit service. The features of the state internal audit are highlighted. The approaches to the phased reform of financial control in the Republic of Kazakhstan are proposed. In conclusion, recommendations are given on the implementation of a set of measures, as applied to Kazakhstani practice, contributing to the development of the state audit system.

Key words: state audit, powers, functions, external audit, internal audit, financial control, standards, risk management.

Г.Ж. ТАЯУОВА,¹

PhD.

Г.К. НИЕТАЛИНА,¹

к.э.н.

Университет «Туран»¹

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ КАПИТАЛОЕМКИХ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК

Аннотация

В статье рассматривается совокупность факторов, влияющих на инновационное развитие страны в свете коммерциализации научных разработок. Экономика любой страны полностью зависит от уровня инновационного развития, качества научных разработок и степени их внедрения в производственный процесс. Научные разработки являются тем неотъемлемым элементом, который дает новый виток в экономическом развитии. Основой процесса коммерциализации является нормативно-правовая база, достаточно проработанная в Казахстане. Кроме законов, на каждом этапе развития страны была разработана стратегическая программа, направленная на инновационное развитие производства, с конкретными шагами и инструментами поддержки подобных проектов со стороны бизнеса. Имеется государственный орган – Национальное агентство по технологическому развитию при Министерстве по инвестициям и развитию РК. Деятельность НАТР направлена на практическую реализацию процесса коммерциализации – создание стимулов для существующих технопарков, бизнес-инкубаторов, центров коммерциализации технологий при университетах и научно-исследовательских центрах и сбор информации об успешных проектах. В статье коммерциализация рассматривается как процесс внедрения научных разработок на массовый рынок. Среди современных инструментов коммерциализации научных разработок авторы рассмотрели такие формы, как технологическое предложение, лицензирование, франчайзинг, развитие стартапов и бизнес-инкубаторов. По каждому инструменту проанализированы основные преимущества и недостатки. Также представлен зарубежный опыт коммерциализации научных разработок в ведущих научных центрах и университетах. Приводятся аргументы для использования подобного опыта в отечественных вузах в целях объединения усилий государства, образования и бизнеса.

Ключевые слова: инструменты коммерциализации, трансфер технологий, инновационное развитие, иностранные инвестиции, технологическое предложение, лицензирование, франчайзинг, кооперация.

Актуальность инновационных разработок, оптимизирующих производственные ресурсы, в числе которых сырье и материалы, время, затраченное на производство, в целях внедрения результатов таких разработок в производственные процессы проявляется вот уже несколько столетий, со времен первой промышленной революции. Каждая новая промышленная революция добавляет весомости научно-исследовательским и опытно-конструкторским работам, выводя критерий инновационности на новый, более высокий уровень. Последняя промышленная революция привнесла идею «Индустрии 4.0» – «умных» технологий, которые полностью построены на принципах цифровизации и применении инноваций.

Экономика страны как на национальном уровне, так и на уровне отдельных компаний полностью зависит от уровня инновационного развития, качества научных разработок и степени их внедрения в производственный процесс. Научные разработки являются тем неотъемлемым элементом, который дает новый виток в экономическом развитии. Недаром «новые индустриальные страны» Юго-Восточной Азии – «азиатские тигры» развивались по государственным программам с инновационным вектором развития. Не является исключением и Казахстан, где одна программа индустриально-инновационного развития сменяет и дополняет другую.

Инновации были определены государством как стратегический приоритет развития Республики Казахстан. Первоначально задачи инновационного развития Казахстана были отображены в Стратегическом плане развития до 2010 года.

Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015–2019 годы является продолжением предыдущей программы, она нацелена на «создание условий для эффективного развития обрабатывающей промышленности» [1]. Дан-

ная программа придала новый импульс развитию инноваций. В настоящее время она все еще реализуется.

Важным этапом в развитии системы коммерциализации научных разработок стало принятие в 2015 г. Закона Республики Казахстан «О коммерциализации результатов научной, научно-технической деятельности», который направлен на стимулирование отдельных авторов и научных организаций к развитию деятельности по коммерциализации научных разработок.

В Послании Н.А. Назарбаева «Стратегия «Казахстан–2050» сделан акцент на то, чтобы стимулировать именно частные компании к вложению средств в исследования и инновации, для того чтобы отечественные технологии имели спрос на мировом рынке. При этом инновации и исследования не являются самоцелью, главное – получение реальной выгоды. Исследования должны опираться на опыт нескольких поколений ученых, их научные школы и специальную информацию и знания, собранные годами работы. Как вероятностный вектор развития – трансфер технологий, имеющихся в других странах, а также участие в крупномасштабных научно-исследовательских проектах.

Немаловажное значение в инновационном развитии страны играет диджитализация экономики и других сфер жизнедеятельности, что нашло отражение в программе «Цифровой Казахстан», принятой в 2017 г. Данная программа нацелена в первую очередь на цифровое преобразование страны: развитие ИТ-инфраструктуры, доступ в интернет, скорость и качество обработки данных, ИТ-безопасность и пр. Для предприятий эта программа означает возможности перехода к «умной индустрии», то есть внедрению в производственные процессы «умных технологий».

Исследуя зарубежную практику, можно сделать вывод, что во многих странах имеется специализированный национальный орган, регулирующий вопросы коммерциализации технологий и научных разработок. Например, в Финляндии это Tekes, во Франции – OSEO (бывший ANVAR), в Южной Корее – Центр трансфера технологий. В Казахстане подобную роль играет Национальное агентство по технологическому развитию (НАТР) при Министерстве по инвестициям и развитию РК. В первую очередь НАТР нацелено на практическую реализацию процесса коммерциализации, а именно: создание стимулов для существующих технопарков, бизнес-инкубаторов, центров коммерциализации технологий при университетах и научно-исследовательских центрах, сбор информации об успешных проектах, их поощрение и постоянное совершенствование.

Таким образом, мы можем наблюдать, что со стороны государства на протяжении последних десятилетий уделяется пристальное внимание развитию инноваций и коммерциализации научных разработок. Программы и сопутствующие им нормативно-правовые акты являются достаточно мощными законодательными инструментами коммерциализации инноваций и капиталоемких научных разработок.

Тем не менее, несмотря на факт государственной поддержки данного направления развития науки, сохраняются некоторые препятствия на пути коммерциализации научных разработок:

- ♦ слабый прикладной характер результатов исследований;
- ♦ неприспособленность внутренней среды многих научных организаций к новым направлениям деятельности;
- ♦ недостаточное взаимодействие элементов инфраструктуры коммерциализации и предприятий;
- ♦ незначительность связей между производством и наукой;
- ♦ неграмотное управление процессом коммерциализации технологий и др.

С первых дней обретения независимости Казахстан был нацелен на привлечение иностранных инвестиций, во многом программы и нормативно-правовые акты определяли условия для создания благоприятного инвестиционного климата. Предполагалось, что ПИИ привнесут развитие собственных производств как на основе трансфера иностранных технологий, так и на основе собственных научных разработок. Если рассмотреть отраслевую структуру накопленных иностранных инвестиций в Казахстане, то можно увидеть слабую диверсификацию: они сосредоточены в основном в добывающем секторе (таблица 1, стр. 157).

Таблица 1 – Объем и удельный вес накопленных прямых иностранных инвестиций в Республике Казахстан по основным видам деятельности на 1.07.2019 г.

Вид деятельности	Объем ПИИ, млн долл.	Удельный вес, %
Горнодобывающая промышленность	112 795	76
Транспорт и складирование	8496	5,7
Обрабатывающая промышленность	8203	5,5
Оптовая и розничная торговля	4172	2,8
Электроснабжение, подача газа, пара и воздушное кондиционирование	1247	0,8
Финансовая и страховая деятельность	3666	2,5
Строительство	1153	0,6
Операции с недвижимым имуществом	1346	0,9
Профессиональная, научная и техническая деятельность	5401	3,6
Прочее	2468	1,6
Итого:	148 947	100
Примечание – Составлено авторами на основе источника [2].		

Как видим, 76% накопленных ПИИ приходится на добычу сырой нефти и газа, а в целом на добычу и транспортировку полезных ископаемых приходится более 84%. Относительно технологичные сферы казахстанской экономики, такие, как производство электроники, компьютеров, оптической продукции, фармацевтика, производство пластмассовых и резиновых изделий, не представляют стратегического интереса для зарубежных инвесторов, поэтому эти отрасли могут рассчитывать либо на финансирование из-за рубежа на других, более жестких условиях (например, займы и кредиты), либо только на собственные вложения в развитие и исследования, либо на субсидии и дотации со стороны государства.

В современных условиях стратегической задачей государства становится формирование новой экономики – экономики знаний, экономики инноваций, когда в условиях модернизации высшего образования и дальнейшей реализации Болонской конвенции растет научная составляющая деятельности университетов, то есть из-за нехватки средств возникает потребность в поиске дополнительных источников финансирования. Коммерциализация научных разработок университетов становится основой финансовой самостоятельности и конкурентоспособности вузов, в приоритете – интеграция образования и науки; образования, науки и бизнеса; кооперации с международным научным обществом; реализации модели «тройной спирали».

Проблема выживания университетов в настоящее время непосредственно связана с коммерциализацией их деятельности. Экономические условия, в которых находятся университеты, требуют поиска новых источников финансирования, новых технологий управления вузом и новых ролевых схем участников университетской деятельности. Коммерциализация результатов учебной и научной деятельности заставляет по-другому смотреть на процессы, происходящие в университетах. Комплекс образовательной и научной деятельности при этом дополняется технологическими, финансовыми и коммерческими аспектами. В современных условиях коммерциализация научно-исследовательской деятельности университета является не просто необходимостью, но в первую очередь актуальной формулой его успешного развития.

Коммерциализация включает в себя разработку эффективных стратегий производства и цепочки поставок произведенной продукции на раннем этапе, разработку стратегий реализации товара и имплементацию этих стратегий. Основным принципом коммерциализации является проектирование такого продукта или производственной системы, которые были бы функциональны, легко изготавливаемы при достаточно низких затратах и с высоким качеством.

Коммерциализация научных разработок представляется существенным условием для положительного коммерческого результата новшеств, разработанных как действующими предприятиями, так и стартапами. Коммерциализация делится на фазы: от возникновения идеи, про-

ведения исследований, первоначального внедрения продукта до его массового производства и выведения на рынок.

Рассмотрим основные формы (инструменты) коммерциализации научных разработок.

Одним из инструментов формирования новых идей и инноваций является технологическое предложение. Технологическое предложение – это часть рыночного процесса, в котором технология покупается и/или продается. Технологическое предложение является неотъемлемым элементом инновационных процессов и процесса передачи технологии.

По характеру необходимости исследований можно выделить 2 типа моделей технологического предложения.

1. Модель «Pushed by science» («подталкиваемая наукой») – процесс создания инновационного продукта, в котором основной упор делается на прикладные исследования и внедрение (апробацию) результатов исследований. Более подробно данный процесс представлен на рисунке 1.

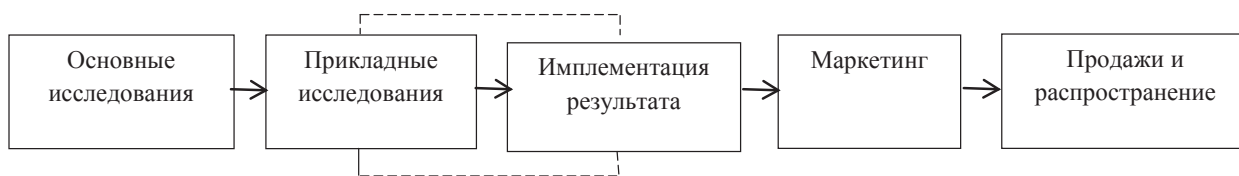


Рисунок 1 – Модель инноваций «Pushed by science» («подталкиваемая наукой»)

Примечание – Составлено авторами на основе источника [3].

2. Модель «Pulled the market» («вытаскиваемая рынком») – процесс создания нового товара, где главная роль отводится маркетинговым исследованиям потребителей, на основе которых проводятся лабораторные исследования и разработки, затем результаты внедряются в производственный процесс, производится пробная партия товара, для которого применяются технологии пробного маркетинга, и только после успешного прохождения данного этапа осуществляется массовый выпуск нового товара и его реализация на рынке.

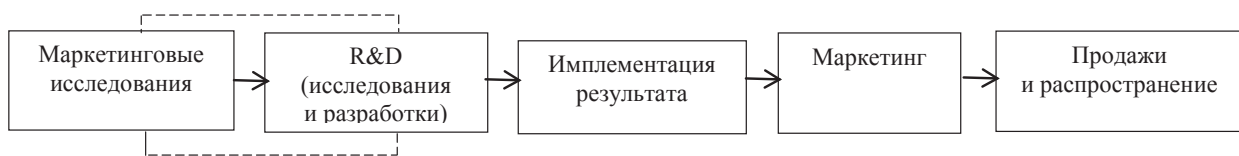


Рисунок 2 – Модель инноваций «Pulled the market» («вытаскиваемая рынком»)

Примечание – Составлено авторами на основе источника [3].

При сравнении двух моделей можно увидеть, что ближе к коммерциализации и получению прибыли находится вторая модель, поскольку именно те исследования, которые вызваны потребностью рынка, потребительской необходимостью, те идеи, которые подсказывает компаниям «клиент», являются наиболее ценными и коммерчески близкими к успеху.

Также особой формой технологического предложения является осуществление научных исследований с дальнейшей разработкой инновационного продукта по так называемому «государственному заказу», когда инициатором и финансовым источником является государство в лице определенного органа (министерства или ведомства).

Одним из самых распространенных инструментов коммерциализации является лицензирование – заключение лицензионного договора, согласно которому одна сторона – лицензиар (обладатель права интеллектуальной собственности (ИС) или разработчик технологии) предоставляет второй стороне – лицензиату право на использование объекта ИС в объеме и в течение срока, предусмотренного данным договором, а лицензиат в обмен выплачивает лицензиару вознаграждение в виде роялти или паушальных платежей. Лицензирование является приемлемой

формой осуществления коммерциализации для университетов, поскольку последние не имеют инфраструктурных возможностей для реализации подобных проектов в производственном процессе, но имеют возможности для разработки новшеств и регистрации прав ИС. Лицензирование имеет ограничение по срокам действия договора, истечение которого приостанавливает использование права ИС, в этом его существенное отличие от полной продажи прав на объект ИС.

Франчайзинг является производной формой лицензирования, но существенным отличием является тот факт, что франчайзер должен сам осуществлять предпринимательскую деятельность с использованием указанной технологии и, передавая франчайзи права на ИС, помогать осуществлять предпринимательскую деятельность, используя модель франчайзера.

Инструментом коммерциализации на основе лицензирования является стимулирование сотрудничества с промышленностью путем предоставления бесплатных лицензий на интеллектуальную собственность. В качестве примера можно привести инициативу Университета Глазго (University of Glasgow, Великобритания), который в 2010 г. запустил «Программу легкого доступа» («Easy Access Programme»). Данная программа предусматривает бесплатный доступ, без выплат типа роялти либо паушальных взносов, к изобретениям, созданным в стенах университета. В марте 2011 г. Управление охраны интеллектуальной собственности Великобритании («UK Intellectual Property Office») поддержало предложение университетов Глазго и Бристоля (University of Bristol) и лондонского Королевского колледжа (King's College) о формировании консорциума университетов – «Инновационного партнерства «Легкий доступ» («Easy Access Innovation Partnership»). Аналогичные проекты реализованы Университетом Нового Южного Уэльса («University of New South Wales») в Австралии и Европейской организацией ядерных исследований («European Organization for Nuclear Research», CERN) [4].

Для современных университетов как центров проведения научных исследований и генерации научных разработок инструментом коммерциализации может выступить кооперация с промышленными предприятиями. Данная форма сотрудничества – наиболее долгосрочная, направленная на создание общности научных, производственных, технологических интересов. К сожалению, данная форма распространена в основном в США и Великобритании (на их долю приходится более 50% всех технопарков мира) и является основой «американской модели». В США правительства таких штатов, как Висконсин, Мичиган, Миннесота, Нью-Йорк, Иллинойс, Калифорния и др., являются инициаторами установления более тесных связей между корпорациями высокотехнологичных отраслей и государственными исследовательскими университетами в целях создания центров новых технологий. При этом организационной формой такой кооперации выступают «научно-технологические парки» (или технопарки) – своего рода инкубаторы наукоемкого бизнеса и практическая основа научной деятельности университетов [4].

Стартап как инструмент коммерциализации – это начинающая компания, которая осуществляет разработку и запуск инновационного товара или услуги. Главная особенность стартапа – это краткий срок осуществления операционной деятельности, наличие идеи новаторского продукта, рискованность и, как следствие, венчурное финансирование. Поэтому хорошо продуманная маркетинговая стратегия является основой успеха любого стартапа.

В развитых странах вопросы поддержки новых посреднических структур все активнее обсуждаются на уровне университетов, государственных научных организаций и государственных органов. Речь идет в основном об оптимизации структуры и деятельности центров трансфера технологий, включая формирование соответствующих альянсов, развитие интернет-моделей, коммерческих схем и подходов, наделяющих изобретателей определенными правами собственности при преимущественном их сохранении за университетом (например, модель «свободного агента» («Free Agency»).

Университетам среднего уровня сложно оплачивать услуги центров трансфера технологий, поэтому некоторые эксперты считают, что предоставление подобных услуг на коллективной основе посредством альянсов трансфера технологий является наиболее эффективным способом сотрудничества. Например, Национальным агентством научных исследований Франции («Agence Nationale de la Recherche», ANR) учрежден специальный фонд для создания компаний-акселераторов трансфера технологий в целях устранения фрагментации подобных услуг на региональном уровне.

Некоторые вузы обращаются к уже существующим частным центрам либо создают собственные центры в целях экономии средств и повышения эффективности, в качестве аргумента приводя довод, что частные структуры лучше справляются с коммерциализацией университетских изобретений. Так, в Израиле большинство центров трансфера технологий действуют по модели ограниченной ответственности, частично или полностью находясь в собственности вузов. Стэнфордский университет, кроме традиционных центров трансфера технологий, основал компанию с ограниченной ответственностью «Stanford OTL-LLC», с помощью которой такие центры осуществляют функции лицензирующих агентов для других университетов.

Несмотря на то что органы государственной власти уделяют огромное внимание венчурной индустрии, остаются неочтенными другие способы поддержания исследований и коммерциализации научных разработок, в частности, залоговое финансирование, краудфандинг (коллективный сбор средств) и др. [5].

В последнее время на технологических предприятиях все больше отдается предпочтение процессному подходу, который имеет свои особенности и преимущества перед другими методами организации производственной, научно-исследовательской и иных видов деятельности.

В кратком виде процесс инновационной деятельности представлен на рисунке 3.



Рисунок 3 – Процесс инновационной деятельности предприятия

Примечание – Составлено авторами.

Стоит отметить, что данный процесс бесконечен и имеет циклический характер, причем возврат к первому этапу возможен не только после окончательного этапа, но на любой стадии данного процесса.

Следующим этапом является формирование новых идей, затем – их тщательная оценка и отбор. Остаются, как правило, наиболее инновационные идеи, которые имеют хорошие шансы на коммерческое воплощение. Затем идеи проходят стадию, когда отбираются инструменты воплощения инноваций. Это может быть новое оборудование, новые материалы, новые способы производства. Затем идет формирование системы разработки нового товара, системы его освоения. Коммерциализация завершает разработку нового товара. Система коммерциализации – это особая функция маркетинга, которая направлена на разработку и продвижение, распространение инноваций, востребованных рынком.

Таким образом, стратегическое планирование коммерциализации научных разработок на государственном уровне ведется на протяжении нескольких десятилетий, на законодательном уровне научно-исследовательские организации оснащены необходимым инструментарием. Однако проблема малой доли коммерциализации имеется. В первую очередь это связано с финансированием, то есть недостаточно финансовых инструментов. Кроме того, не отработаны механизмы и схемы инновационных разработок в сфере МСП, а также крупного бизнеса и государственных компаний. По сути, маркетинговые исследования рынка проводятся в малых объемах. В основном все компании направлены в лучшем случае на трансфер технологий, а то и на импорт готовых инновационных товаров. В связи с этим еще предстоит работа по созданию отлаженных схем финансирования и стимулирования научных разработок по опыту передовых стран.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015–2019 годы. [Электронный ресурс]. URL: <https://primeminister.kz/ru/page/view/gpiir>.
- 2 Международная инвестиционная позиция Казахстана по видам экономической деятельности резидентов. Национальный банк Республики Казахстан. [Электронный ресурс]. URL: <https://nationalbank.kz/? docid=679&switch=russian>.
- 3 Zofia Grydek-Szostak. Transfer of technology in practice. – Poland, 18.04.2013.
- 4 Боголиб Т.М. Коммерциализация научных разработок университетов // Экономика Украины. – 2014. – № 1(618). [Электронный ресурс]. URL: <http://net.knigi-x.ru/24ekonomika/824502-1-kommercializaciya-nauchnih-razrabotok-universitetov-rassmotreni-suschestvuyuschie-podhodi.php>.
- 5 Сервантес М., Майсснер Д. Коммерциализация научных исследований в государственном секторе по модели «открытых инноваций»: новые тенденции // Форсайт. – 2013. – № 3. – Т. 8. [Электронный ресурс]. URL: <https://foresight-journal.hse.ru/2014-8-3/134341200.html>.

Аңдатпа

Мақалада ғылыми әзірлемелерді коммерцияландыру аясында елдің инновациялық дамуына әсер ететін факторлардың жиынтығы қарастырылады. Кез келген елдің экономикасы инновациялық даму деңгейіне, ғылыми әзірлемелердің сапасына және оларды өндірістік процеске енгізу дәрежесіне толық байланысты. Ғылыми әзірлемелер экономикалық дамуға жаңа серпін беретін ажырамас элемент болып табылады. Коммерцияландыру процесінің негізі Қазақстанда жеткілікті пысықталған нормативтік-құқықтық база болып табылады. Заңдардан басқа, ел дамуының әрбір кезеңінде бизнес тарапынан осындай жобаларды қолдаудың нақты қадамдары мен құралдары бар өндірісті инновациялық дамытуға бағытталған стратегиялық бағдарлама әзірленді. Мемлекеттік орган – ҚР Инвестициялар және даму министрлігі жанындағы Технологиялық даму жөніндегі ұлттық агенттік бар. ТДЖҰА қызметі коммерцияландыру процесін іс жүзінде іске асыруға бағытталған – жұмыс істеп тұрған технопарктер, бизнес-инкубаторлар, университеттер мен ғылыми-зерттеу орталықтары жанындағы Технологияларды коммерцияландыру орталықтары үшін ынталандыру жасау және табысты жобалар туралы ақпарат жинау. Мақалада коммерцияландыру ғылыми әзірлемелерді жаппай нарыққа енгізу процесі ретінде қарастырылады. Ғылыми әзірлемелерді коммерцияландырудың қазіргі құралдарының арасында авторлар технологиялық ұсыныс, лицензиялау, франчайзинг, стартаптар мен бизнес-инкубаторларды дамыту сияқты нұсандарды қарастырды. Әрбір құрал бойынша негізгі артықшылықтар мен кемшіліктер талданды. Сонымен қатар, жетекші ғылыми орталықтар мен университеттерде ғылыми әзірлемелерді коммерцияландырудың шетелдік тәжірибесі ұсынылған. Мемлекеттің, білім мен бизнестің күш-жігерін біріктіру мақсатында отандық жоғары оқу орындарында осындай тәжірибені пайдалану үшін дәлелдер келтіріледі.

Тірек сөздер: коммерцияландыру құралдары, технологиялар трансфері, инновациялық даму, шетелдік инвестициялар, технологиялық ұсыныс, лицензиялау, франчайзинг, кооперация.

Abstract

The article considers the set of factors influencing the innovative development of the country in the light of commercialization of scientific developments. The economy of any country depends entirely on the level of innovative development, the quality of scientific developments and the degree of their implementation in the production process. Research and development are the integral element, which yields a new phase in economic development. The basis of the commercialization process is the regulatory framework, which is sufficiently developed in Kazakhstan.

In addition, at each stage of the country's development, a strategic program was developed aimed at innovative development of production, with specific steps and tools to support such projects from business. There is the National agency for technological development (NATD) under the Ministry of investment and development of Kazakhstan. NATD activities are aimed at the practical implementation of the commercialization process – creating incentives for existing technology parks, business incubators, technology commercialization centers at universities and research centers, and collecting information about successful projects. The article considers commercialization as a process of introducing scientific developments to the mass market. Among the modern tools of commercialization of scientific developments, the authors considered such forms as technological proposal, licensing, franchising, development of startups and business incubators. The main advantages and disadvantages of each tool are analyzed. Also, foreign experience of commercialization of scientific developments in leading research centers and universities is presented. The arguments for the use of such experience in domestic universities in order to combine the efforts of the state, education and business are presented.

Key words: commercialization tools, technology transfer, innovative development, foreign investments, technological offer, licensing, franchising, cooperation.

Н.А. МУСАХАНОВА,¹

доцент.

Ш.Д. КЫДЫРБАЕВА,¹

к.э.н., доцент.

С.А. АБДИЛЬДИН,¹

д.э.н., доцент.

Университет «Туран»¹

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕР ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ УКЛОНЕНИЮ ОТ УПЛАТЫ НАЛОГОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Аннотация

Уклонение от налогообложения, размывание налогооблагаемой базы и перемещение прибыли – проблема глобального характера, решение которой является вызовом для большинства стран мира. Основным документом проекта ОЭСР и «Группы двадцати» по решению указанной проблемы является План BEPS. Данный проект предусматривает осуществление комплекса мер, позволяющих странам-участницам бороться с размыванием налогооблагаемой базы и перемещением прибыли. После мирового финансового кризиса 2008 г. практически все страны провозгласили о начале борьбы с офшорами – многими государствами поддержан тренд «деофшоризации» по «принципу домино». Основные акценты в деофшоризации были сделаны на усиление прозрачности офшоров, выявление их реальных бенефициаров и расширение сотрудничества офшоров в сфере обмена финансовой и налоговой информацией с властями государств, где фактически действуют реальные бенефициары. Проблема глобальной деофшоризации не оставила в стороне и Казахстан, что вполне логично в связи с глобализацией экономики и свободным перемещением финансового капитала по всему миру. Механизм устранения двойного налогообложения предусматривает устранение одновременного обложения в разных странах идентичными или имеющими одинаковую природу налогами, и это стало для некоторых налогоплательщиков инструментом для ухода от налогов. Данный фактор стал предпосылкой для усиления налогового контроля государства за деятельностью и получением прибыли налоговыми резидентами.

Ключевые слова: финансовый капитал, налоговая конкуренция, налоговая база, налоговые конвенции, деофшоризация, налогооблагаемый доход.

Суверенным правом любого государства является регулирование налогов. Но глобализация экономики привела к тому, что решения одной конкретной страны могут вызвать нежелательные последствия в области налогообложения для других стран, то есть возрастает влияние налоговых систем различных стран друг на друга. Надо отметить, что современный финансовый капитал приобрел невиданную мобильность и способен легко преодолевать границы различных стран. В этих условиях возникает естественное стремление поиска наиболее благоприятного налогового климата. Вследствие этого появляется такой феномен, как налоговая конкуренция.

Как известно, налоги издревле являются рычагом, который государства использовали для создания благоприятного инвестиционного климата в стране.

Таким образом, процесс привлечения инвестиций и наличие налоговой конкуренции в современном мире становятся взаимосвязанными [1].

В процессе налоговой конкуренции главными факторами становятся налоговые льготы и ставки налогообложения. При этом необходимо отметить и такой негативный фактор конкуренции, как недобросовестность. Это относится прежде всего к офшорным зонам: создавая благоприятный, льготный налоговый климат, они «переманивают» финансовый капитал из оншорных юрисдикций. Это приводит к тому, что налоговая база оншорных государств сужается, все чаще появляются «серые» схемы ухода от налогов, что приводит в итоге к снижению поступлений налогов в бюджеты оншорных стран.

Казалось бы, что речь идет о вполне цивилизованных понятиях «налоговое планирование» и «налоговая оптимизация», но действия офшорных зон приобретают черты агрессивного налогового планирования. В чем заключается агрессия? Это использование услуг «номинальных владельцев» корпоративных прав офшорных компаний, чтобы скрыть реальных владельцев;

использование схем уклонения от налогов; в будущем – легализация незаконных доходов в виде инвестиций и др. Таким образом, страна-оншор теряет налоги на доходы.

Агрессивность и несправедливость заключаются еще и в том, что страны, где уровень налогов достаточно высокий, теряют часть добавленной стоимости, созданной в этих странах, соответственно, появляются потери налогов.

После мирового финансового кризиса 2008 г. практически все страны, равно как и мировое сообщество, провозгласили о начале борьбы с офшорами – многими государствами поддержан тренд «деофшоризации» по «принципу домино». Основные акценты в деофшоризации были сделаны на такие вопросы, как усиление прозрачности офшоров, выявление их реальных бенефициаров и расширение сотрудничества офшоров в сфере обмена финансовой и налоговой информацией с властями государств, где фактически действуют реальные бенефициары [2].

В этой связи появилась необходимость разработки нормативных актов, противодействующих сокрытию доходов компаний в трансграничной деятельности, так называемая деофшоризация. Эти мероприятия позволят раскрыть собственников компаний, зарегистрированных в офшорных зонах, получить отчетность о деятельности таких компаний и повысить сбор налогов в странах резидентов, которые являются конечными бенефициарами.

Данное «противостояние» между офшорами и оншорами явилось отправной точкой для создания нормативных процедур по контролируемым иностранным компаниям (КИК), в частности, по проблемам размывания налоговой базы и экспорта (перемещения) прибыли.

Уклонение от налогообложения, размывание налогооблагаемой базы и перемещение прибыли – проблема глобального характера, решение которой является вызовом для большинства стран мира.

Основным документом проекта ОЭСР и «Группы двадцати» по решению указанной проблемы является План BEPS. Данный проект предусматривает осуществление комплекса мер, позволяющих странам-участницам бороться с размыванием налогооблагаемой базы и перемещением прибыли [3].

План BEPS – это 15 шагов, которые составляют методологическую основу противодействия минимизации налогов на транснациональном уровне, а также ухода от налогов. При этом ключевыми способами в реализации плана являются:

- ♦ автоматический обмен налоговой информацией между национальными налоговыми органами;
- ♦ совершенствование положений двусторонних договоров об избежании двойного налогообложения (налоговых конвенций);
- ♦ применение многостороннего правового инструмента (Модельной конвенции ОЭСР) для внесения изменений в налоговые конвенции;
- ♦ совершенствование правового регулирования трансфертного ценообразования;
- ♦ усиление борьбы с вредными налоговыми схемами (harmful tax practices) с применением принципов прозрачности и приоритета содержания над формой;
- ♦ введение в национальное законодательство понятия контролируемых иностранных компаний и ограничения перечисления такими компаниями собственной прибыли в офшорные или низконалоговые юрисдикции.

Остановимся подробнее на введении национальным налоговым законодательством определения «контролируемая иностранная компания» (КИК).

Исторически КИК создавались и использовались с целью экономии налогов в стране проживания акционера.

Однако проблема отмывания доходов, репатриация капитала из территорий с высокой налоговой нагрузкой и, следовательно, возросшая в связи с этим коррупция привели к ужесточению рядом стран местных законодательств в части налогообложения КИК [4, 5].

Как правило, законы о контролируемых иностранных компаниях включают 3 основных параметра:

1) порог владения, превышая который, резидент становится контролирующим лицом, а иностранная компания признается контролируемой;

2) порог налоговой нагрузки в стране нахождения иностранной компании, ниже которого иностранная компания является контролируемой;

3) ряд исключений из общего правила.

Так, например, в Швеции первый параметр (порог владения) составляет 25%, налоговая нагрузка для признания компании контролируемой – 14,5%, а исключением из общего правила являются компании, которые зарегистрированы в странах Европейской экономической зоны.

В Великобритании для целей признания иностранной компании контролируемой резидент должен владеть 40% или более указанной компании, а налоговая нагрузка в стране, где расположена такая компания, должна быть менее $\frac{3}{4}$ налоговой нагрузки в Великобритании (менее 17,25%) [1].

Концепция «контролируемой иностранной компании» впервые появилась в налоговом законодательстве Казахстана в 1995 г., где нашли отражение положения о доходах в странах с льготным налогообложением [5].

Далее данная концепция нашла отражение в Налоговом кодексе 2001 г., а в 2005 г. был утвержден первый перечень таких государств.

В Налоговом кодексе, вступившем в силу с 1 января 2018 г., четко определены понятия КИК, процедура их налогообложения, а также мера ответственности за нарушение правил КИК. Таким образом, новое налоговое законодательство характеризуется усилением налогового контроля государства за имуществом и имущественными интересами юридических лиц и граждан за пределами страны [6].

Предпосылками для внедрения такой инициативы послужило злоупотребление налогоплательщиками ряда принципов, заложенных в основу действующих договоров об избежании двойного налогообложения между странами. Изначально механизм устранения двойного налогообложения предусматривал устранение одновременного обложения в разных странах идентичными или имеющими одинаковую природу налогами, однако на деле недобросовестные налогоплательщики часто использовали эти принципы как инструмент грамотного ухода от налогообложения в целом.

Основным нововведением в Налоговый кодекс 2017 г. стало расширенное понимание применения положений о налогообложении контролируемых иностранных компаний. Речь идет не только о компаниях, зарегистрированных в офшорных зонах. В отличие от ранее действовавшего законодательства новый Налоговый кодекс дает четкое определение контролируемой иностранной компании через соблюдение условий по эффективной ставке и контролю.

Контролируемой иностранной компанией признается юридическое лицо, являющееся нерезидентом или иностранной компанией без образования юридического лица. Такое определение не применяется в том случае, если компания зарегистрирована в странах, с которыми Республикой Казахстан заключены договоры об избежании двойного налогообложения [7].

В КИК должны быть соблюдены условия, при которых $\frac{1}{4}$ и более доли участия, т.е. голосующих акций, прямо, или косвенно, или конструктивно принадлежат юридическому или физическому лицу, являющемуся налоговым резидентом Республики Казахстан. Что касается эффективной налоговой ставки, по которой облагается прибыль юридического лица-нерезидента или не являющегося таковым, то ее размер составляет менее 10%.

Налоговое законодательство определяет, что государство с льготным налогообложением – это страна, где ставка налога на прибыль меньше 10% или имеются нормативные акты либо законы о конфиденциальности финансовой информации [8].

Налоговый кодекс дает определение контроля и владения КИК, выделяя 3 основных вида: прямой, косвенный и конструктивный контроль/владение КИК. Само понятие «контроль» дается в соответствии с международными нормами финансовой отчетности.

В соответствии с Налоговым кодексом налоговые резиденты должны уведомлять о наличии КИК и включать финансовую прибыль таких компаний в свою налоговую базу с отражением ее в декларации. Должны быть представлены расчеты прибыли, а также документы по подтверждению таких расчетов – финансовая отчетность, заключение аудиторской проверки, заявление об участии в КИК.

В том случае, если КИК или ее структуры зарегистрированы в юрисдикциях, не рассматриваемых Республикой Казахстан в качестве стран со льготным налогообложением, то необходимо определить, как было сказано выше, эффективную ставку налога на прибыль. Эффективная ставка КИК или постоянного учреждения рассчитывается как среднеарифметическая величина эффективных ставок налога на прибыль за отчетный и два предыдущих отчетному периода [8].

Возможно самостоятельное определение налогоплательщиком такой ставки с применением либо метода начисления, либо кассового метода.

В этом случае для определения критериев отнесения иностранных компаний к КИК казахстанскими налогоплательщиками должна применяться эффективная ставка налога на прибыль как наименьшая из ставок, исчисленных двумя вышеуказанными методами [4].

При соблюдении всех условий признания иностранной компании контролируемой ее финансовая прибыль включается в налогооблагаемый доход резидента РК и облагается в Казахстане либо КППН по ставке 20%, либо ИПН по ставке 10% [6].

В том случае, когда налоговый резидент владеет прямо или косвенно несколькими КИК, отражается вся суммарная прибыль, включаемая в налогооблагаемый доход.

Совокупная прибыль всех КИК, полученная резидентом РК за прошедший налоговый период (год), включается в налогооблагаемый доход и отражается в декларации по КППН или ИПН, которая представляется в налоговый орган по месту регистрации юридического лица или месту жительства физического лица не позднее 31 марта следующего года [6, 7].

Целью введения в национальное законодательство положений о налогообложении прибыли КИК является, конечно, борьба с уклонением от уплаты налогов. Зачастую отмечались факты, когда прибыль резидентов, полученная в иностранных компаниях, не облагалась налогами на доходы (КППН и ИПН) в стране резидентства.

Вместе с тем есть прецеденты, когда финансовая прибыль КИК включает в себя доходы, уже обложенные налогом по ставке 10 и более процентов. Такое положение противоречит сущности международных соглашений об устранении двойного налогообложения.

В связи с этим из многообразия методов устранения двойного налогообложения в Казахстане используются следующие механизмы:

- 1) уменьшение прибыли;
- 2) освобождение прибыли от налогообложения;
- 3) зачет иностранного налога (уплаченного в стране резиденции КИК) [6, 8].

Надо отметить, что Постановлением Правительства Республики Казахстан в целях противодействия размыванию налоговой базы и выводу прибыли из-под налогообложения подписана Многосторонняя конвенция по выполнению мер, относящихся к налоговым соглашениям.

Причинами подписания конвенции явились поддержка пакета мер по BEPS и тот факт, что страны в результате агрессивного международного налогового планирования несут значительные недопоступления в национальные бюджеты.

Согласно публикации ОЭСР от 6 января 2017 г. Казахстан вошел в состав «инклюзивной группы» (Inclusive Framework), созданной членами ОЭСР и странами G-20 для реализации проекта BEPS.

Участие в настоящей инициативе предоставляет Казахстану возможность сотрудничать с членами этих организаций в разработке стандартов в рамках BEPS, участвовать в мониторинге и проверке процессов по реализации проекта BEPS на глобальном уровне.

Что касается стран, с которыми Казахстан подписал налоговые конвенции по устранению двойного налогообложения (на сегодня конвенции подписаны с 53 странами), применение правил КИК отсрочено до 1 января 2020 г.

Об эффективности мер Многосторонней конвенции, направленных на противодействие размыванию налоговой базы и выводу прибыли из-под налогообложения, видимо, можно судить только после подписания межстрановых соглашений со странами-партнерами и их ратификации.

Вместе с тем, на наш взгляд, необходима дальнейшая проработка статей Налогового кодекса в части КИК для практического применения положений, а также избежания в некоторых случаях не только двойного, но и тройного и более налогообложения финансовой прибыли резидентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Новое в правилах международного налогообложения: <https://kursiv.kz//>.
- 2 Карпенко А. Главные тенденции деофшоризации. Законодательные рамки для бизнеса: <http://www.nalvest.com>.

3 Shelepov A. (2017). Indonesia and the BRICS: Implementing the BEPS Action Plan. International Organisations Research Journal, Vol. 12. No 3. P. 114–136 (in Russian and English): <https://ru.scribd.com, https://home.kpmg>.

4 Налог на офшоры: подборка актуальных статей компании «Делойт» в период с 2018 по февраль 2019 г.: <https://www2.deloitte.com>.

5 Кодекс Республики Казахстан от 10 декабря 2008 г. № 99–IV «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)»: <http://zakon.tsnik.kz//>.

6 Кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 г. № 120–VI «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.08.2019 г.): <https://online.zakon.kz//>.

7 Налогообложение контролируемой иностранной компании (КИК) с 1 января 2018 г.: <https://uchet.kz>.

8 Налоговый и юридический вестник. – Казахстан. – Выпуск 8. – Апрель 2019 г.: <https://www.pwc.kz //>.

Аңдатпа

Салық төлеуден жалтару, салық салынатын базаның шайылуы және пайданың ауыстырылуы – жаһандық сипаттағы проблема, оны шешу әлемнің көптеген елдері үшін күрделі болып табылады. Көрсетілген проблеманы шешуге арналған ЭБДҰ мен «Үлкен жиырмалық» жобасының негізгі құжаты – BEPS жоспары. Бұл жоба қатысушы елдерге салық салынатын базаның шайылуына және пайданы ауыстырылуына қарсы тұруға мүмкіндік беретін бірқатар шараларды жүзеге асыруды қарастырады. 2008 жылғы әлемдік қаржы дағдарысынан кейін іс жүзінде барлық елдер офшормен күрестің басталғанын жариялады – көптеген мемлекеттер «домино қағидаты» бойынша «деофшоризация» трендін қолдады. Деофшоризациядағы негізгі акценттер офшорлардың ашықтығын күшейтуге, олардың нақты бенефициарларын анықтауға және нақты бенефициарлар іс жүзінде әрекет ететін мемлекеттердің биліктерімен қаржылық және салықтық ақпарат алмасу саласында офшорлардың ынтымақтастығын кеңейтуге бағытталған. Жаһандық деофшоризация проблемасы Қазақстанды да шетте қалдырмады, бұл экономиканың жаһандануы мен бүкіл әлем бойынша қаржы капиталының еркін қозғалуына байланысты әбден қисынды. Қосарланған салық салуды жою тетігі әртүрлі елдерде бірдей немесе табиғаты бірдей салықтарды бір мезгілде салуды жоюды көздейтін болса, онда кейбір салық төлеушілер үшін бұл салықтардан жалтару құралы болды. Бұл фактор салық резиденттерінің қызметіне және пайда алуына мемлекеттің салықтық бақылауын күшейту үшін алғышартқа айналды.

Тірек сөздер: қаржылық бақылау, салықтық бәсекелестік, салық базасы, салық конвенциялары, деофшоризация, салық салынатын табыс.

Abstract

Tax avoidance, erosion of the tax base and the movement of profits is a global problem, the solution of which is a challenge for most countries of the world. The main document of the OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) and G20 project to address this problem is the BEPS Plan (Base Erosion and Profit Shifting). This project provides for the implementation of a set of measures that allow participating countries to combat the erosion of the tax base and the movement of profits. After the global financial crisis of 2008, almost all countries announced the beginning of the fight against offshores-many states supported the trend of "deoffshorization" on the "Domino principle". The main emphasis in deoffshorization was made on strengthening the transparency of offshore companies, identifying their real beneficiaries and expanding cooperation of offshore companies in the exchange of financial and tax information with the authorities of the states where the real beneficiaries actually operate. The problem of global deoffshorization has involved Kazakhstan as well, which is quite logical in connection with the globalization of the economy and the free movement of financial capital around the world. The mechanism for eliminating double taxation provides the elimination of simultaneous taxation in different countries by identical or having the same nature of taxes, and this has become for some taxpayers a tool for avoiding taxes. This factor has become a prerequisite for strengthening the state tax control over the activities and profits of tax residents.

Key words: financial capital, tax competition, tax base, tax conventions, deoffshorization, taxable income.

МРНТИ 06.35.31
УДК 657

М.С. ЕРЖАНОВ,¹

д.э.н, профессор.

В.И. БЕРЕЗЮК,²

к.э.н., доцент.

А.М. ЕРЖАНОВА,¹

PhD, доцент.

Университет «Туран»¹

Карагандинский экономический
университет Казпотребсоюза²

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ПОСТТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ ЗА ЭКСПОРТНЫМИ ОПЕРАЦИЯМИ

Аннотация

Проведение внешнеторговой деятельности основывается на товарно-денежных отношениях, которые неоднозначно влияют на экономику государства. В связи с этим финансовый контроль осуществляется государственными органами с целью обеспечения экономической безопасности и развития этого же государства. Решение вопросов, связанных с проведением посттаможенного контроля за экспортными операциями, и их анализ поможет определить новые подходы к теоретическому и прикладному исследованию в сфере таможенного аудита, что, в свою очередь, имеет большое экономическое значение. Внешнеэкономическая политика Казахстана связана с интеграцией мировой экономики, активным вхождением в международные торговые отношения. Среди негативных аспектов и факторов можно отметить непродуманные реформы и форсированную либерализацию режима внешнеэкономической сферы, поскольку внешнеэкономическая преступность вышла на просторы мирового «черного» рынка и с ее участием созданы крупные межнациональные преступные группировки, которые своей противоправной деятельностью могут вызвать деструкции экономики разных стран и государств; неустойчивость финансовой и банковской систем; неблагоприятный климат в части инвестирования средств и слабую защищенность капиталов, создающую условия их вывоза за границу. Изучив научную литературу и нормативно-правовые источники, авторы пришли к выводу, что в современных условиях отсутствует единство в формулировке определенных видов финансового и таможенного контроля. Подобная ситуация влечет за собой неточности и недостатки в законодательстве, которыми воспользуются недобросовестные субъекты-участники внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: таможенный аудит, посттаможенный контроль, таможенный риск, реэкспорт, экспорт, внешнеторговая деятельность, экспертиза.

Внешнеэкономическая политика Казахстана связана с интеграцией мировой экономики, активным вхождением в международные торговые отношения, что предписывает республике соблюдение основных принципов Киотской конвенции о гармонизации и упрощении таможенных процессов, к которой Казахстан присоединился в 2015 г. [1]. Для ЕАЭС проблема, которая связана с увеличением таможенных рисков и обусловлена происходящей в настоящий момент таможенной интеграцией, является актуальной. Среди негативных аспектов и факторов можно отметить непродуманные реформы; неустойчивость финансовой и банковской систем; неблагоприятный климат в части инвестирования средств и слабую защищенность капиталов, создающую условия их вывоза за границу; высокий уровень инфляционных процессов; недостаточность развития производственного, научно-технического, инновационного потенциала, применение экспортно-сырьевого механизма совершенствования национальной экономики; слабую конкурентоспособность экономического сектора стран-участниц ЕАЭС и ее зависимость от внешнеэкономической конъюнктуры; несовершенство в создании нормативно-правовой базы внешнеэкономической деятельности, валютного, налогового и таможенного законодательства, а также уголовно-административного нормативного законодательства, в котором предусматривается юридическая ответственность за внешнеэкономические деликты; неэффективность регулирования внешнеэкономической деятельности со стороны государства и таможенных служб [4, с. 8]. Таможенные риски чаще всего имеют высокий уровень в области

возрастающего товарного потока через российско-казахстанскую границу. Пока инфраструктура таможенной службы Казахстана не может обеспечить определенный уровень в части таможенного контроля на своих участках пропуска товаров. Контроль за безопасностью привозимых в Республику Казахстан товаров проводится контролирующими органами с использованием цифровых технологий, которые отличаются от технологий, применяемых, например, в Российской Федерации и не всегда могут обеспечить надлежащую эффективную работу [7, с. 21]. При этом территория самой Республики Казахстан в последнее время становится неблагоприятной с точки зрения эпидемиологических подходов, то есть появилась вероятность того, что увеличился объем ввозимых на территорию России товаров и продукции, не отвечающих требованиям экономической безопасности. В данном случае создание ЕАЭС подталкивает к возникновению нелегального товарооборота в Кыргызстан из Китая и далее в Россию через казахстанскую территорию, так как ставки, проценты таможенных сборов и пошлин в ЕАЭС и в Республике Кыргызстан различные.

Реэкспортом считается такая таможенная процедура, при которой товары, ранее поставленные и ввезенные на таможенную территорию ЕАЭС, отправляются и вывозятся с этой же территории с возвратом уплаченных или без уплаты сумм таможенных налогов, пошлин, а также без ограничений и запретов к товарам, определенных согласно национальному законодательству страны-участника ЕАЭС о регулировании государством внешнеторговой и внешнеэкономической деятельности [2].

Реэкспорт как таможенная процедура завершается определенным действием таможенного процесса при временном ввозе, вывозе товаров иностранного происхождения с таможенной территории ЕАЭС.

Под реэкспортом как таможенной процедурой могут находиться следующие товары:

- ♦ иностранного происхождения, которые находятся на таможенной территории ЕАЭС, в том числе привезенные с определенными нарушениями нетарифной корректировки, а также продукты специальной переработки подобных товаров, которые помещены как таможенный процесс переработки на таможенной территории ЕАЭС;

- ♦ помещенные как таможенный процесс и предназначенные для внутреннего потребления, если подобные товары возвращаются владельцу в связи с неисполнением условий внешнеторговой сделки, в том числе согласно качеству, описанию или упаковке, количеству при соблюдении конкретных условий;

- ♦ помещаемые как таможенный процесс реэкспорта в течение двенадцати месяцев со дня, который следует за днем их выпуска для внутреннего конечного потребления;

- ♦ по которым не производился ремонт на таможенной территории ЕАЭС, за исключением фактов использования товаров с целью обнаружения брака, дефектов или других обстоятельств возврата товаров;

- ♦ идентифицированные таможенными органами.

При осуществлении реэкспорта товаров, которые ранее выпущены в свободное обращение, должны возвращаться суммы таможенных налогов и пошлин, уплаченных при их выпуске. Подобные товары с целью возврата суммы таможенных налогов и пошлин, ранее уплаченных, согласно статье 301 Таможенного кодекса Таможенного союза должны в течение полугода со дня их выпуска в свободное обращение вывозиться [2]. Таможенным органом выдается разрешение на размещение товаров как таможенный процесс реэкспорта, при этом проставляется штамп «Выпуск разрешен» и прочие отметки в таможенной декларации [5, с. 110].

В соответствии со ст. 299 Таможенного кодекса Таможенного союза определен список документов и необходимых сведений с целью помещения реэкспорта товаров как таможенный процесс, ранее предназначенных для внутреннего использования, таких, как [2]:

- ♦ обстоятельства ввоза, поставки товаров на таможенную территорию ЕАЭС, исходя из подтверждающих документов факта совершения внешнеторговой сделки;

- ♦ случаи невыполнения условий внешнеторговой сделки;

- ♦ размещение подобных товаров как таможенный процесс их выпуска для внутреннего использования;

- ♦ использование подобных товаров после размещения их как таможенный процесс выпуска для внутреннего конечного потребления.

При размещении товаров как таможенный процесс реэкспорта согласно статьям 85, 87, 196 Таможенного кодекса Таможенного союза органы таможенного контроля должны востребовать уплату таможенных сборов в объеме выпуска их в свободное обращение [2].

Отдельной строкой следует выделить обостряющуюся в процессе таможенной интеграции проблему активизации незаконной внешнеэкономической деятельности, детерминантами данной противоправной активности являются рассогласованность гражданского законодательства участников ЕАЭС в части охраны результатов интеллектуальной деятельности, неразрешенные вопросы по ведению единого таможенного реестра этих объектов, например, товарных знаков, права на которые закреплены в разных странах ЕАЭС за разными правообладателями [8, с. 44]. Принцип сбалансированности таможенного администрирования в части соотношения между означенными направлениями провозглашен в Международной Киотской конвенции о гармонизации и упрощении таможенных процедур [1].

Ситуация усугубляется дефектами организации деятельности таможенных органов в новых социально-экономических и политических условиях, требующих максимального содействия внешней торговле и при этом усиления правоохранительной работы по линии борьбы с административными и уголовными правонарушениями в сфере ВЭД, терроризмом и иными деликтами международного характера. Специфические особенности внешнеторговых операций состоят в том, что таможенные органы, банки (участники сделки) также будут выполнять контрольную деятельность. Во-первых, итоги подобных видов таможенного, валютного контроля может использовать аудитор как источник информации о нарушениях, отклонениях при осуществлении внешнеэкономической деятельности. Во-вторых, подобная информация недостаточна для получения достаточных и объективных доказательств реальности отображения в учете операций, связанных с валютой, их эффективности и законности. Экспорт товаров и услуг является одним из видов внешнеэкономической деятельности. Экспорт товаров определен в ТК ТС [2].

Экспортом является таможенный режим, при котором товары, предназначенные для свободного обращения на территории таможенного пространства государства, перемещаются с данной территории без обязательного возврата.

Предлагаемая нами методика осуществления слаженных контрольных мероприятий по экспорту даст возможность повысить результативность проверочной деятельности налоговых и таможенных органов. Обоснованность и порядок осуществления контрольных мероприятий за экспортными операциями в соответствии с предлагаемой методикой представлены следующими моментами.

1. Осуществление анализа показателей и данных, которые получены в итоге проведения таможенного, банковского и валютного контроля, с учетом паспортов сделок, справок о валютных операциях, учетных карточек, грузовых таможенных деклараций, расчетных документов.

2. Установление фактов организации фирм-однодневок при осуществлении внешнеэкономической и внешнеторговой деятельности. Проводится экспертная проверка бухгалтерской, банковской и внешнеторговой документации.

3. Проверка соотношения вопросов учета внешнеторговых операций субъекта – участника внешнеэкономической деятельности принципам бухгалтерского учета, таким, как экспертиза достоверности финансовой отчетности и осуществления им подобных операций согласно налоговому, валютному и таможенному законодательству [6, с. 43].

Предложенная методика даст возможность приемлемо перераспределить компетенции налоговых и таможенных органов при проведении экспертизы деятельности субъекта. Задачи при осуществлении контрольных процедур у таможенных и налоговых органов разные. Необходимо налоговому органу установить цепочку от поставщиков до посредников на внутреннем торговом рынке страны-участника ЕАЭС, при этом основной упор нужно сделать на перепроверку торговой надбавки или наценки, которая позволяет увеличить стоимость товара при его переходе от одного посредника к другому. Также налоговый орган выявляет взаимную заинтересованность субъектов и целесообразность с экономической точки зрения произведенной сделки. В свою очередь, таможенные органы определяют поступление выручки от экспорта от зарубежного контрагента и факт вывоза товаров с территории таможенного пространства ЕАЭС.

Рекомендуемая методика является первой попыткой создания многофункционального методического механизма с целью осуществления контрольных процедур с помощью совместной работы определенных ведомств и обладает, на наш взгляд, следующими достоинствами:

- 1) рассматривает специфику работы налоговых и таможенных органов в виде контрольной деятельности;
- 2) используется при контроле за деятельностью импортеров и экспортеров;
- 3) дает возможность проконтролировать правомерность использования нулевой ставки налога на добавленную стоимость при экспорте и законность производимых налоговых вычетов по налогу на добавленную стоимость при импорте товара.

Основным итогом данного исследования представляется проекционная альтернатива системе взаимного действия налоговых и таможенных органов при выполнении согласованных процедур с целью контроля реальности использования нулевой ставки НДС и его возмещения. Построенный алгоритм взаимного действия заключается в ведомственном и межведомственном сегменте. Таможенными службами, банками и другими органами государственного финансового контроля стран-участников ЕАЭС представляется ведомственный сегмент.

В связи с этим разработаны предложения по модернизации взаимных действий органов финансового, налогового и таможенного контроля, заключающиеся в следующем.

1. Необходимо принять закон о государственном аудите и финансовом контроле, где четко прописать структуру органов государственного аудита и финансового контроля, их права и обязанности. Подобный закон позволит разрешать правовые конфликты, противоречия действующего законодательства, различных споров при участии органов финансового, налогового и таможенного контроля. Такой закон принят в Казахстане в 2015 г., но в нем не затронуты многие концептуальные вопросы контрольной деятельности, в том числе в области разделения функций и компетенций среди государственных органов контроля в сфере финансов, отсутствует определенная ясность во взаимном действии подобных органов и в статусе аудита, действующего вне самой системы государственного и финансового контроля. Например, в Казахстане аудиторская деятельность в современных условиях осуществляется на основании Закона Республики Казахстан «Об аудиторской деятельности», который принят 20 ноября 1998 г. [3]. В связи с этим появилась необходимость внесения в закон значительных изменений, учитывая международные требования и опыт координации аудиторской деятельности.

2. Необходимо осуществить реформу структуры органов государственного и финансового контроля.

3. Внедрить электронный оборот документов в деятельность контрольных органов. К главным достоинствам применения подобного электронного документооборота можно отнести:

- ♦ вероятность использования в работе безбумажных электронных технологий;
- ♦ внедрение цифровой подписи в электронном формате;
- ♦ полное отсутствие контакта между участником внешнеэкономической деятельности и инспектором таможенного органа.

4. Создать методику, методические подходы к оценке результативности принимаемых мер органами финансового, налогового и таможенного контроля, используя качественные и количественные показатели.

Рекомендуется применять следующие критерии и показатели оценки результативности контрольных процедур:

- 1) количественные признаки и показатели:
 - а) значимость начисленных в ходе проверки дополнительных таможенных платежей и налогов в общей сумме взысканий;
 - б) значимость соответствующих доначислений по итогам документальных проверок в общей сумме взысканий дополнительных таможенных платежей;
- 2) качественные признаки и показатели:
 - а) общая сумма доначислений на одного сотрудника таможенных или налоговых органов;
 - б) общая сумма доначислений на одного участника внешнеэкономической деятельности, у которого была проведена документальная проверка.

5. Выработать приемлемую стратегию осуществления проверок со стороны налоговых органов совместно с таможенными и финансовыми контрольными органами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур. Киотская конвенция. Руководство к Генеральному приложению. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.caeseprogram.org>.
- 2 Таможенный кодекс Таможенного союза (в ред. Протокола от 16 апреля 2010 г.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://keden.kz/ru>.
- 3 Закон Республики Казахстан «Об аудиторской деятельности» № 304-І: принят 20 ноября 1998 г. (с изменениями и дополнениями): <http://online.zakon>.
- 4 Абдикеев М.Н. Проблемы реализации законодательства о контрабанде // Вестник КазНУ. Серия юридическая. – 2003. – № 3. – С. 8.
- 5 Андрейчук Е.Л., Дианова В.Ю., Смирнов В.П. Экономика таможенного дела: учеб. пособие / Е.Л. Андрейчук, В.Ю. Дианова. – Санкт-Петербург: Артикул, 2012. – 239 с.
- 6 Березюк В.И. Теоретические и методические основы таможенного аудита в условиях Евразийского экономического союза (ЕАЭС): монография. – Караганда: Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, 2016. – 111 с.
- 7 Глазкова Г.В. Применение методов аудита при проведении таможенных проверок // Аудитор. – 2014. – № 12. – С. 21–26.
- 8 Мельник М.В. Развитие стратегического аудита // Инновационное развитие экономики. – М., 2012. – № 4. – С. 42–49.

Андатпа

Сыртқы сауда қызметі тауар-ақша қатынастарына негізделген, олар мемлекет экономикасына әр түрлі әсер етеді. Осыған байланысты экономикалық бақылауды және сол мемлекеттің дамуын қамтамасыз ету мақсатында қаржылық бақылауды мемлекеттік органдар жүзеге асырады. Экспорттық операцияларды кедендік бақылаудан кейінгі мәселелерді шешу және оларды талдау кедендік аудит саласындағы теориялық және қолданбалы зерттеулердің жаңа тәсілдерін анықтауға көмектеседі, бұл өз кезегінде үлкен экономикалық маңызы бар. Қазақстанның сыртқы экономикалық саясаты жаһандық экономиканың интеграциясымен, халықаралық сауда қатынастарына белсенді қосылумен байланысты. Жағымсыз аспектілер мен факторлардың ішінде, алдын-ала ойластырылмаған реформалар мен сыртқы экономикалық саланың режимін мәжбүрлеп ырық тандыруды атап өтуге болады, өйткені сыртқы экономикалық қылмыс «қара» нарықтың кең әлеміне еніп, оның қатысуымен заңсыз іс-әрекеттері арқылы әртүрлі елдер мен мемлекеттерде экономикалық бұзылулар тудыруы мүмкін ірі халықаралық қылмыстық топтар құрылды; қаржы және банк жүйелерінің тұрақсыздығы; қаражат салу және капиталдың қауіпсіздігі тұрғысынан қолайсыз климат, олардың шетелге шығарылуына жағдай жасау. Авторлар ғылыми әдебиеттерді және нормативті-құқықтық дереккөздерді зерттей отырып, қазіргі жағдайда қаржылық және кедендік бақылаудың белгілі бір түрлерін қалыптастыруда біртұтастық жоқ деген қорытындыға келді. Мұндай жағдай сыртқы экономикалық қызметке қатысатын жосықсыз субъектілер қолданатын заңдардағы дәлсіздіктер мен кемшіліктерге әкеледі.

Тірек сөздер: кедендік аудит, кеденнен кейінгі бақылау, кедендік тәуекел, реэкспорт, экспорт, сыртқы сауда қызметі, сараптама.

Abstract

Foreign trade activities are based on commodity-money relations, which ambiguously affect the state economy. In this regard, financial control is carried out by state bodies in order to ensure economic security and the development of the same state. Solving issues related to post-customs control of export operations and their analysis will help to identify new approaches to theoretical and applied research in the field of customs audit, which, in turn, is of great economic importance. The foreign economic policy of Kazakhstan is associated with the integration of the global economy, an active entry into international trade relations. Among the negative aspects and factors, ill-conceived reforms and forced liberalization of the regime of the foreign economic sphere can be noted, since foreign economic crime has entered the open spaces of the world “black” market, and with its participation large international criminal groups have been created that can cause destruction of the economies of different countries and states with their illegal activities; instability of financial and banking systems; unfavorable climate in terms of investing funds and poor security of capital, creating the conditions for their export abroad. Having studied the scientific literature and regulatory sources, the authors came to the conclusion that in modern conditions there is no unity in the formulation of certain types of financial and customs control. Such a situation entails inaccuracies and deficiencies in the legislation, which will be exploited by unscrupulous entities participating in foreign economic activity.

Key words: customs audit, post-customs control, customs risk, re-export, export, foreign trade activities, expertise.

МРНТИ 06.54.31
УДК 339.224:(001.895+338.242)

Л.А. ТАЛИМОВА,¹

д.э.н., профессор.

А.А. ТАУБАЕВ,¹

д.э.н., профессор.

Г.М. КАЛКАБАЕВА,¹

к.э.н., доцент.

Ю.М. САЙФУЛЛИНА,¹

к.э.н.

Карагандинский экономический
университет Казпотрбсоюза¹

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОМ НАУКОЕМКОМ СЕКТОРЕ КАЗАХСТАНА¹

Аннотация

Исследование направлено на выявление основных проблем в финансировании научных исследований в высокотехнологичном секторе экономики Казахстана в условиях реализации государственной приоритетной политики развития национальной науки. Сложившая на данный момент в Казахстане система финансирования научных исследований не удовлетворяет современным требованиям построения «экономики знаний» на основе эффективного взаимодействия государства, университетов и бизнеса. Установлено, что для Казахстана, как и для многих развивающихся стран, вопросы финансирования научных исследований имеют очень высокую актуальность. В качестве основного доказательства этого факта в статье приведена динамика наукоемкости ВВП Казахстана за ряд последних лет, где наблюдается не только незначительный размер этого показателя, но и неуклонное его снижение. Поэтому вопрос финансирования научных исследований в Казахстане является одним из ключевых в обеспечении дальнейшего инновационного развития страны. Полученные в ходе проведенного исследования результаты представляют практический интерес для уполномоченных органов государственной научно-инновационной политики Казахстана, субъектов инновационной инфраструктуры и предпринимателей в сфере науки и инноваций. Выработанные рекомендации имеют целью корректировку инновационной политики Казахстана в части привлечения дополнительных финансовых ресурсов в реализацию научных проектов, разрабатываемых на базе университетов и научно-исследовательских институтов страны.

Ключевые слова: наукоемкая экономика, инновационная инфраструктура, научные исследования, финансирование, коммерциализация, результативность.

В 2011 г. Казахстан официально объявил о переходе к стандартам ОЭСР во всех областях социально-экономического развития и, в частности, в сфере научно-инновационного развития с приоритетом построения «экономики знаний», базирующейся на расширенном воспроизводстве новых знаний в научных организациях и университетах [1]. Данная модель инновационного развития национальной экономики давно апробирована и успешно применяется не только в развитых странах, но и с переменными результатами в развивающихся странах по всему миру, в том числе в постсоветских странах.

Среди постсоветских стран в Украине, как и в Казахстане, основной проблемой финансирования науки является слишком низкая доля затрат на науку в ВВП, что не позволяет выстроить эффективную инновационную инфраструктуру [2]. В России вопросы финансирования науки сосредоточены не только на объемах финансовых ресурсов, но и на их конкурентном распределении, а также на соблюдении пропорции государственного и предпринимательского источника [3].

В европейских странах вопросы финансирования высокотехнологичного сектора давно уже рассматриваются не в контексте недостатка источников финансирования, а в результативности

¹ Статья выполнена за счет средств гранта Комитета науки Министерства образования и науки Республики Казахстан в рамках научного проекта № AP05135404-OT-18 «Наукоемкий высокотехнологичный сектор в странах Евразийского экономического союза: мониторинг развития и перспективы взаимодействия».

инвестируемых в науку финансовых ресурсов, через капитализацию компании и получение научных результатов. Кроме этого, для Европейского союза характерна комплексная оценка результатов финансирования инновационных программ [4].

Для Австралии также важна оценка влияния инвестиций в исследования и инновации на производительность рыночного сектора с возможностью перераспределения государственных ресурсов в узкие места [5]. В Китае увеличение финансирования научных исследований в первую очередь связано с увеличением государственного финансирования. Но уже сейчас возникают из-за этого проблемы, связанные с относительно низкой эффективностью государственных инвестиций в науку по сравнению с передовыми мировыми практиками [6]. Для развивающихся стран Африки, так же как и для Казахстана и Украины, характерны проблемы доступа к финансовым ресурсам для научных исследований и создания соответствующих институциональных условий [7].

Таким образом, для Казахстана, как и для многих развивающихся стран, вопросы финансирования научных исследований имеют очень высокую актуальность. В качестве основного доказательства этого факта можно привести динамику наукоемкости ВВП Казахстана за ряд последних лет (рисунок 1), где мы наблюдаем не только незначительный размер этого показателя (рекомендуемый уровень данного показателя по ОЭСР составляет 3%) [8], но и неуклонное его снижение. Поэтому вопрос финансирования научных исследований в Казахстане является одним из ключевых в обеспечении дальнейшего инновационного развития страны на перспективу.

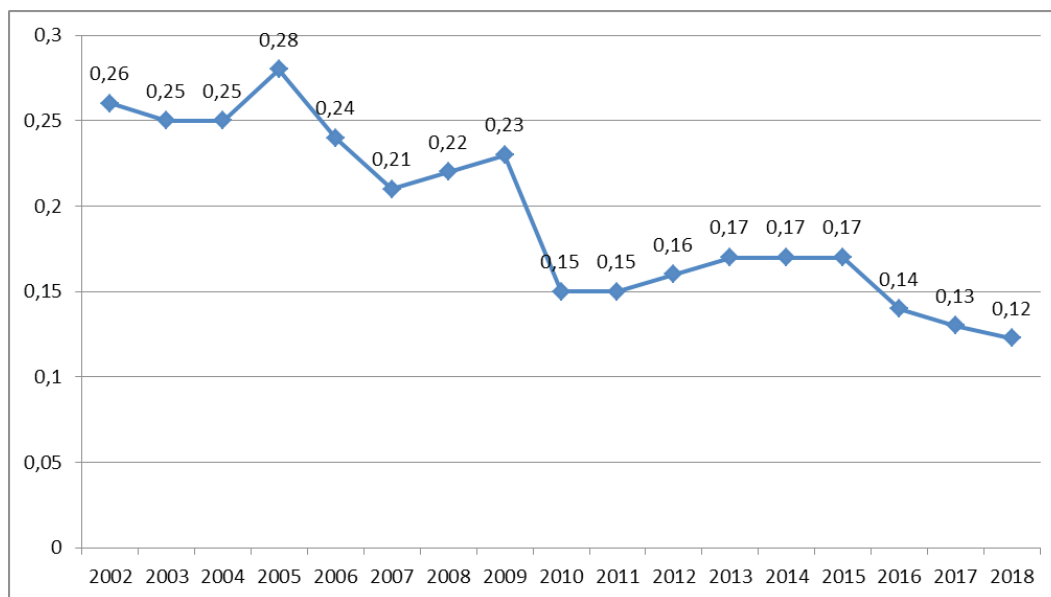


Рисунок 1 – Динамика соотношения затрат на научные исследования и ВВП Республики Казахстан с 2002 по 2017 г. в % к ВВП

Примечание – Источник: Государственный комитет по статистике Казахстана (2019). Официальный вебсайт: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/ [9].

В качестве исходных предпосылок для изучения проблемы финансирования научных исследований в Казахстане определены следующие условия:

- ♦ объемы финансирования затрат на научные исследования в экономике имеет тенденцию к снижению, и в последние годы неуклонную;
- ♦ реформы по развитию национальной инновационной системы ограничиваются в основном созданием институциональной среды, без соответствующих финансовых затрат непосредственно в научные исследования;
- ♦ без соответствующих финансовых вложений в научные исследования устанавливаются завышенные требования по коммерциализации реализуемых научных проектов;

- ♦ не запущены или не работают традиционные источники финансирования научных исследований мировой практики, такие, как венчурное финансирование и бизнес-ангелы;
- ♦ несмотря на критические условия в финансировании науки, научные организации, университеты и ученые ожидают исправления ситуации с финансированием исследований и улучшений в целом в национальной инновационной системе.

Исследование проведено с применением методов анкетного опроса и фокусированного интервью экспертов. В выборку вошли ученые, имеющие обширный опыт руководства и реализации научных проектов на базе государственного и иных видов финансирования и софинансирования. В ходе общего пилотажного экспресс-опроса, проведенного методом группового анкетирования, были получены данные, использованные в качестве базовых индикаторов при разработке гайда с перечнем стандартизированных вопросов для проведения фокусированных интервью сотрудников университетов и региональных научно-исследовательских институтов. Вопросы в формате *ex post* позволили определить мнение ученых по поводу текущего состояния финансирования научно-исследовательских работ в университетах и институтах и в целом в рамках национальной инновационной системы. Вопросы *ex ante* имели целью выявить позиции респондентов по вопросам перспектив корректировки существующей системы финансирования научных исследований, с определением конструктивных способов и методов совершенствования институциональной среды и привлечения предпринимателей к софинансированию научных проектов.

Общий объем выборочной совокупности составил $n = 64$ человека, из которых 19 докторов наук, 34 кандидатов наук и PhD, 11 ученых и специалистов без ученой степени. В выборку вошли ученые, работающие на базе региональных университетов и научно-исследовательских институтов технического и общегуманитарного профилей и имеющие обширный опыт руководства и/или реализации научных проектов на базе государственного и иных видов финансирования и софинансирования.

В целом анкетирование экспертов проходило по основным проблемным вопросам развития высокотехнологичной наукоёмкой сферы в регионах Казахстана, но в рамках данной статьи мы ограничимся только общими вопросами, имеющими непосредственное отношение к теме данной статьи. И одним из таких вопросов стал вопрос, вызывающий наибольшее количество дискуссий в научной и управленческой среде, – вопрос определения основного источника финансирования научных исследований. Согласно доминирующей позиции респондентов основной объем финансирования науки должен исходить от государственных структур в лице Министерства образования и науки Казахстана, региональных органов власти, государственных корпораций и в целом государственных учреждений, суммарный показатель составил в совокупности 74% (рисунок 2).

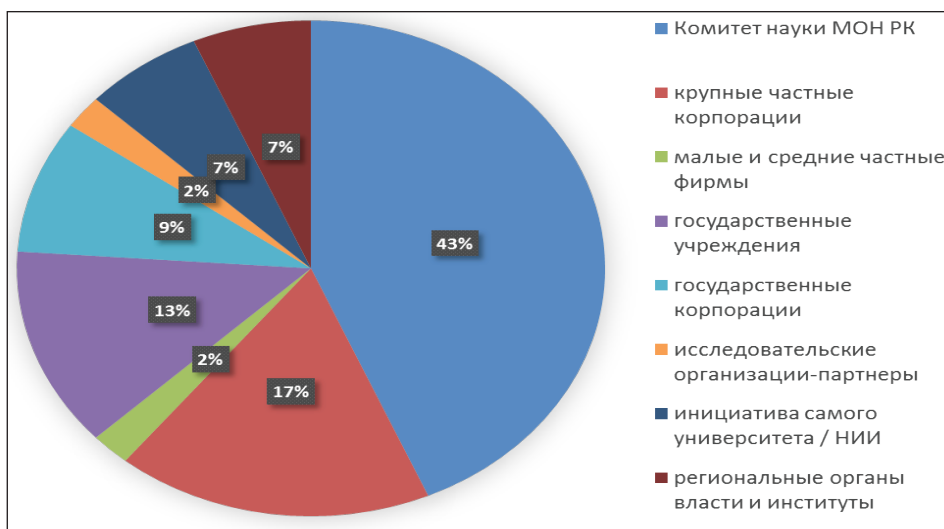


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, кто должен являться основным заказчиком исследовательских проектов?»

На средства негосударственного сектора полагаются только 26% респондентов, из них 7% опрошенных считают, что эти средства должны исходить из ресурсной базы самих университетов и НИИ. Таким образом, только 19% ученых, имеющих опыт реализации финансируемых проектов, готовы полагаться в этом вопросе на негосударственные структуры. Подобная позиция, возможно, связана с тем, что ученые достаточно хорошо представляют сложившуюся ситуацию, в которой крупные местные корпорации не желают вкладывать деньги в исследования и разработки, хотя именно на такие заказы, согласно государственной политике финансирования, и должны быть ориентированы ученые. Кроме этого, здесь следует учитывать и ситуацию слабо проработанной законодательной базы в отношении защиты интересов авторского права ученых.

Также стоит отметить, что при ответе на вопрос о необходимости софинансирования в науке со стороны самих исследовательских организаций более $\frac{3}{4}$ респондентов указали, что все исследования должны проводиться только на средства заказчиков и грантодателей. Проблемы научной результативности грантового финансирования по сравнению с другими источниками финансирования исследований отмечают и другие ученые, т.е. именно грантовое финансирование дает высокую научную результативность.

При этом работа с государственными структурами в рамках финансирования исследовательских проектов не является для казахстанских ученых приоритетной в плане продуктивности. Хотя, конечно, сложнее всего, по мнению ученых-респондентов, идет работа и с крупными частными корпорациями. Так, 26% опрошенных указали их как наиболее сложного финансового партнера (рисунок 3).

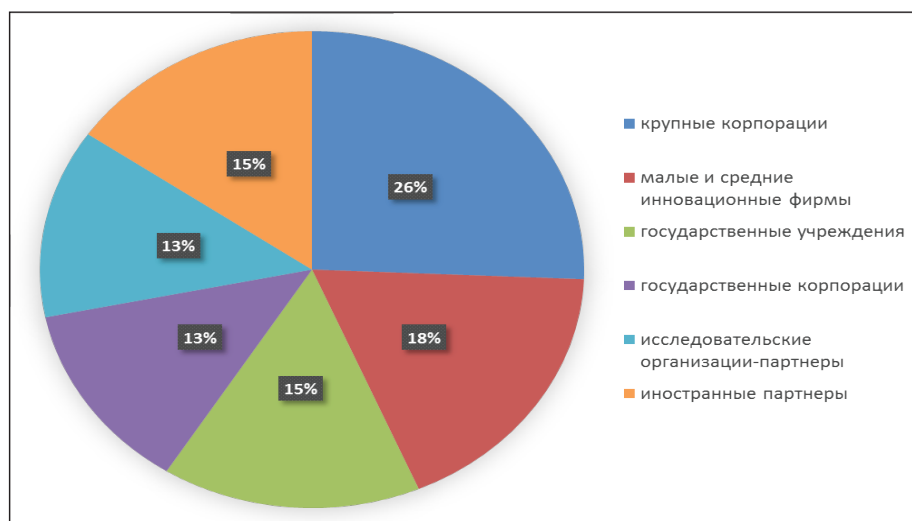


Рисунок 3 – Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, с какими группами контрагентов исследователей складываются наименее продуктивные отношения в части финансирования исследований?»

С сектором малого частного инновационного бизнеса сложно работать в силу указанных экспертами проблем с финансами и низкой платежеспособностью, все это связано с наличием административных барьеров на пути развития инновационного предпринимательства в Казахстане. Существуют сложности и в работе с иностранными партнерами, что связано в том числе и с законодательными препонами. В целом продуктивность взаимодействия оценивается респондентами крайне невысоко в отношении практически всех существующих форм финансового участия/сотрудничества. Это свидетельствует о наличии дополнительных проблем, связанных с формированием институциональной практики сотрудничества в рамках финансирования научных разработок. А приоритет госсектора как основной формы финансового источника скорее связан с уже сложившейся практикой в рамках принятых государственных программ инновационного развития.

Как логическое следствие и один из основных показателей продуктивности и результативности финансируемых исследований выступает их коммерциализация, позволяющая компенсировать затраты на разработки. Вопрос низкой коммерческой отдачи финансируемых проектов, наряду с вопросом их же финансирования, остается одним из самых острых. Как бы парадоксально ни звучал полученный результат, но основной причиной, мешающей коммерциализации научных разработок, выступает недостаток финансирования, а именно недофинансирование уже реализуемых проектов – 33%. При этом вторым по значимости ответом и, как правило, в паре с предыдущим назывался большой риск освоения продукции.

Также высокий результат выбора показал вариант «отсутствие спроса на технологии», что дополнительно указывает на незаинтересованность корпораций в сотрудничестве с научным сектором.

Практически никто не выбрал вариант «отсутствие специалистов», поскольку в целом ответы на последующие вопросы о квалификации работников науки показали, что в целом эксперты высоко оценивают уровень работающих в отрасли специалистов-исследователей и сопровождающего персонала.

При этом большинство (90%) опрошенных экспертов полагают, что в стране проводятся исследования с требуемым уровнем актуальности, что предполагает их обязательную востребованность на внутреннем рынке, тогда как субъекты инновационной инфраструктуры проявляют низкую активность и в целом слабо поддерживают местную науку. Этой точки зрения придерживаются два из пяти экспертов. Треть респондентов дают низкую оценку работе инновационной инфраструктуры, подчеркивая, что ее деятельность не соответствует задачам развития региональной науки.

И только 6% опрошенных экспертов считают, что в Казахстане созданы все условия для коммерциализации научных результатов.

Полученные данные свидетельствуют о том, что региональные ученые в массе своей не получают помощи от субъектов инновационной инфраструктуры области. Только 7% опрошенных подтвердили, что работа с местными институтами развития приносит пользу.

Каждый третий опрошенный считает, что основная причина недостаточного развития науки заключается в том, что в регионах отсутствует практика собственного финансирования исследований, отсутствует научный фонд. Ввиду этого одним из эффективных способов решения проблем недофинансирования и низкой коммерциализации научно-исследовательских проектов эксперты указали необходимость предоставления финансирования не только исследований, но и коммерциализации и необходимость формирования собственной инновационной инфраструктуры для продвижения региональных научных проектов.

Ключевыми выводами опроса экспертов стали следующие положения.

1. Существующая система финансирования научных исследований не только не удовлетворяет требованиям построения в Казахстане «экономики знаний», но и может привести к деградации национальной инновационной системы.

2. В финансировании научных исследований в основном используются ресурсы государства, в меньшей мере – институтов развития и предпринимателей, что сказывается на общем объеме финансирования науки.

3. Значительные ожидания по увеличению финансирования науки возлагаются на крупные корпорации, которые выступают основными инициаторами социально-экономических процессов в своих регионах, и от них ожидают более активного взаимодействия с университетами и институтами.

4. Существующая инновационная инфраструктура Казахстана, включая специально созданные институты развития, недостаточно результативно взаимодействуют с учеными и не оправдывают их ожидания по институциональной поддержке и финансированию научных исследований.

На основе обобщения мнений экспертов в качестве первоочередных мер по решению проблем с финансированием научных исследований в Казахстане, авторы предлагают следующие действия.

1. Расширение источников финансирования научных исследований через включение в них венчурных фондов, бизнес-ангелов, специально создаваемых на базе региональных административных фондов финансирования научных исследований.

2. Включение в практику уполномоченных государственных организаций в сфере поддержки научных исследований механизма анализа регулирующего воздействия для определения более действенных направлений государственной научно-инновационной политики, так как уже реализованные мероприятия не привели к ожидаемым результатам активизации научных исследований.

3. Создание реальных механизмов и рычагов вовлечения в финансирование научных исследований предпринимательского сообщества как основного потребителя научных продуктов в форме новых технологий и активного инициатора новых исследований с возможностью софинансирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Таубаев А.А., Улыбышев Д.Н. Предпосылки и проблемы взаимодействия национальных инновационных систем стран Евразийского экономического союза // Современное бизнес-пространство: актуальные проблемы и перспективы. – № 1(4). – 2015. – С. 94–97.

2 Kniazevych A., Kyrylenko V., Golovkova L. (2018). Innovation infrastructure of Ukraine: assessment of the effectiveness of the action and ways of improvement. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 4. No 1. P. 208–218. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-1-208-218>.

3 Tambovtsev V.L. (2018). On scientific validity of Russian science policy. *Voprosy ekonomiki*. Vol. 70. P. 5–32. DOI: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2018-2-5-32>.

4 Aguiar L., Gagnepain P. (2017). European cooperative R&D and firm performance: Evidence based on funding differences in key actions. *International journal of industrial organization*, Vol. 53. P. 1–31. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2016.12.007>.

5 Elnasri A., Fox K.J. (2017). The contribution of research and innovation to productivity. *Journal of productivity analysis*. Vol. 47. Special Issue. No 3. P. 291–308. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11123-017-0503-9>.

6 Zhao Y.H., Song X.G. (2018). How Should the Chinese Government Invest R&D Funds: Enterprises or Institutions? *Computational economics*. Vol. 52. Special Issue. No 4. P. 1089–1112. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10614-017-9787-0>.

7 Fombang M.S., Adjasi C.K. (2018). Access to finance and firm innovation. *Journal of financial economic policy*. Vol. 10. No. 1. P. 73–94. DOI: <https://doi.org/10.1108/JFEP-10-2016-0070>.

8 OECD (1996). *The Knowledge-based Economy*, OCDE/GD(96)102. Paris, 1996: <http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=OCDE/GD%2896%29102&docLanguage=En> (дата обращения 03.06.2019).

9 Государственный комитет по статистике Казахстана (2019). Официальный вебсайт. [Электронный ресурс]: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/ (дата обращения: 03.06.2019).

Андатпа

Зерттеу ұлттық ғылымды дамытудың мемлекеттік басым саясатын іске асыру жағдайында Қазақстан экономикасының жоғары технологиялық секторындағы ғылыми зерттеулерді қаржыландырудағы негізгі проблемаларды анықтауға бағытталған. Қазіргі уақытта Қазақстанда қалыптасқан ғылыми зерттеулерді қаржыландыру жүйесі мемлекеттің, университеттер мен бизнестің тиімді өзара іс-қимылы негізінде «білім экономикасын» құрудың қазіргі заманғы талаптарын қанағаттандырмайды. Қазақстан үшін көптеген дамушы елдер сияқты ғылыми зерттеулерді қаржыландыру мәселелері өте жоғары өзектілікке ие екендігі анықталды. Бұл фактінің негізгі дәлелі ретінде соңғы жылдары Қазақстанның ЖІӨ-нің ғылымисыйымдылығы серпіні келтірілген, онда осы көрсеткіштің шамалы мөлшері ғана емес, сонымен қатар оның ұдайы төмендеуі де байқалады. Сондықтан, Қазақстандағы ғылыми зерттеулерді қаржыландыру мәселесі болашақта елдің одан әрі инновациялық дамуын қамтамасыз етудегі түйінді мәселелердің бірі болып табылады. Жүргізілген зерттеу барысында алынған нәтижелер Қазақстанның мемлекеттік ғылыми-инновациялық саясатының уәкілетті органдары, инновациялық инфрақұрылым субъектілері мен ғылым мен инновация саласындағы кәсіпкерлер үшін практикалық қызығушылық тудырады. Әзірленген ұсынымдар еліміздің университеттері мен ғылыми-зерттеу институттарының базасында әзірленетін ғылыми жобаларды іске асыруға қосымша қаржы ресурстарын тарту бөлігінде Қазақстанның инновациялық саясатын түзету мақсатын көздейді.

Тірек сөздер: ғылымисыйымды экономика, инновациялық инфрақұрылым, ғылыми зерттеулер, қаржыландыру, коммерцияландыру, нәтижелілік.

Abstract

The research is aimed at identifying the main problems in the financing of research in the high-tech sector of the economy of Kazakhstan in the implementation of the state priority policy of national science. The current system of financing scientific research in Kazakhstan does not meet the modern requirements of building a "knowledge economy" on the basis of effective interaction between the state, universities and business. It is established that for Kazakhstan, as well as for many developing countries, the issue of financing of scientific research has a very high relevance. As the main evidence of this fact, the dynamics of science-intensive gross domestic product of Kazakhstan for a number of recent years, where there is not only a small size of this indicator, but also its steady decline. Therefore, the issue of financing research in Kazakhstan is one of the keys to ensure the further innovative development of the country in the future. The results obtained in the course of the study are of practical interest to the authorized bodies of the state science and innovation policy of Kazakhstan, subjects of innovation infrastructure and entrepreneurs in the field of science and innovation. The recommendations are designed to adjust the innovation policy of Kazakhstan, in terms of attracting additional financial resources in the implementation of research projects developed at universities and research institutes of the country.

Key words: science-intensive economy, innovative infrastructure, research, financing, commercialization, efficiency.

ТУРИЗМ: МИРОВОЙ ОПЫТ

МРНТИ 06.71.57
УДК 338.48

А.А. КАИРОВА,¹
магистр.
Университет «Туран»¹

ЛИЧНОСТЬ БРЕНДА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Аннотация

Одним из стратегических инструментов управления брендом туристской дестинации на сегодняшний день служит концепция «личность бренда». Доказавшая свою эффективность в брендинге товаров, «личность бренда» стала стратегией ведущих туристских дестинаций мира по привлечению и удержанию туристов и завоеванию прочной позиции в сознании потребителя на фоне существующих конкурентов. Именно «личность бренда» остается лучшим инструментом установления эмоциональных связей с потребителем и предоставляет возможность в самовыражении. В статье раскрыты определения «личность бренда» в рамках брендинга товаров и туристских дестинаций. Автором приведены научные подходы и взгляды ведущих ученых на процесс персонификации туристской дестинации, а именно аспект оживления бренда, придания ему конкретной личности и восприятия туристом бренда в качестве полноценного и реального человека. В этой связи рассмотрены две научные теории: анимизм и антропоморфизм. Анимизм описывает процесс персонификации дестинации посредством духа прошлого или настоящего и переноса человеческих качеств эмоциональности, мышления и воли бренду. В то же время антропоморфизм намного шире рассматривает данный вопрос и вносит значительный вклад в изучение психологических механизмов антропоморфизации бренда, влияющих на степень восприятия брендов в качестве людей.

Ключевые слова: личность бренда, туристская дестинация, анимизм, антропоморфизм, символизм бренда, потребитель, личные ценности, социальная активность.

Однотипность и взаимозаменяемость туристских дестинаций в силу апелляции к функциональным выгодам (солнце, пляж, море, природа, красивые пейзажи) приводят к слабому позиционированию бренда дестинации в сознании туристов. Как отмечает Д. Аакер [1, с. 135], это самая слабая стратегия компании, поскольку позволяет конкурентам воссоздать аналогичные функциональные атрибуты бренда, а не атрибуты бренда, способного эмоционально обогатить опыт туриста и предоставить возможность его самовыражения. В свою очередь, К. Келлер также подчеркивает первостепенность символизма или самовыражения посредством индивидуальности бренда в отличие от его утилитарности – атрибутов, связанных с продуктом [2, с. 9]. В этой связи наличие определенной индивидуальности у дестинации становится одним из стратегических и аффективных инструментов формирования пула приверженных и лояльных туристов.

Создание и управление индивидуальностью дестинации осуществляется с помощью концепции «brand personality», означающей индивидуальность, или личность бренда. Данная концепция была полностью адаптирована из практики управления брендами товаров в силу рассмотрения туристской дестинации в качестве товара или продукта, обладающего материальными и нематериальными характеристиками. Поэтому ведущие туристские дестинации мира стремятся применять стратегии глобальных брендов товаров, таких, как «Coca-Cola», «Harley», «Mercedes» и других в целях дифференцировать идентичность и уникальность дестинации посредством ее личностных черт среди конкурентов.

В теории брендинга товаров «личность бренда/продукта» определяют как «набор человеческих характеристик, связанных с брендом» [3, с. 347], который вызывает эмоциональные связи между брендом и потребителем. Так, по результатам исследований было выявлено, что респонденты бренд «Marlboro» связывают с такой чертой человека как мужественность, «HP»

называют образованным и компетентным, «Nike» – активным и жестким, «Pepsi» – молодым, стремящимся идти против течения [1, с. 96; 3, с. 348].

Применение концепции «личности бренда» к туристским дестинациям является новым направлением в области брендинга дестинаций [4, с. 118]. Первые попытки в определении личности дестинации были предприняты учеными еще в 2000-х гг. [5, с. 38; 6, с. 20; 7, с. 124]. К примеру, посредством контент-анализа информации, содержащейся в рекламе и СМИ, Португалия была представлена такими характеристиками, как утонченная, современная и традиционная [7, с. 125], Англия – консервативная, приятная, утонченная, эксцентричная и реалистичная [6, с. 15], Сингапур воплощал в себе шесть характеристик личности – космополитичность, молодость, яркость, современность, надежность и комфорт [5, с. 38]. В свою очередь, ученые Ю. Экинчи и С. Хосаны первыми осуществили попытку применения «личности бренда» в качестве жизнеспособной метафоры для создания брендов туристских дестинаций, в частности, адаптировали шкалу личности бренда (Brand Personality Scale-BPS) «Большая пятерка» Аакер Дж. к туристской дестинации [8, с. 127].

Таким образом, личность туристской дестинации ученые трактуют как набор человеческих характеристик, связанных с дестинацией, воспринимаемых туристом [6, с. 32].

Процесс присваивания туристом дестинации определенной личности, обладающей человеческими чертами, в теории брендинга представлен множеством различных взглядов и научных подходов.

Простейшей формой описания процесса персонификации туристской дестинации является анимизм. Согласно данной теории бренд рассматривается как активный участник взаимоотношений с потребителем. Хинд Р. пишет, что взаимозависимость между партнерами должна быть очевидной, чтобы отношения действительно существовали, т.е. партнеры должны коллективно влиять, определять и переопределять отношения [9, с. 344]. Одним из способов признания бренда в качестве партнера отношений служит способ его оживления или персонализации. Явная потребность в оживлении неодушевленных объектов облегчает процесс взаимодействия. Основными способами реализации жизнеспособности бренда в отношениях в теории анимизма являются дух прошлого или настоящего и перенос человеческих качеств эмоциональности, мышления и воли на бренд.

Посещение определенной туристской дестинации с родителями в детстве, отдых с семьей в каникулярное время или отдых, приуроченный к конкретному событию, формируют в памяти человека прочные ассоциации с данным брендом дестинации. Бренд ассоциируется с прошлым, где дух отца или матери присутствует в нем, таким образом, бренд оживает и обретает конкретную личность [9, с. 344].

Дух настоящего в бренде возникает, когда бренд в качестве подарка проникнут душой дарителя. Подобные ассоциации способствуют оживлению бренда в сознании потребителя [9, с. 345].

Следующей формой анимизма служит перенос человеческих характеристик на бренд посредством трансформации качеств человека, представляющего бренд, к примеру, улыбчивость, доброжелательность или сдержанность в обслуживании туриста. Таким образом, определенные качества человека приписываются бренду, хотя сам бренд не оживляется как мыслящее, чувствующее существо. Бренд может обладать выбранными анимистическими свойствами, но он не является жизненно важным объектом. На самом деле у бренда отсутствует объективное его существование, это набор представлений, существующих в сознании потребителя. Бренд не может действовать, думать или чувствовать, это действия управляющего им человека. Принимая поведенческую значимость маркетинговых действий, человек признает легитимность бренда как партнера, вносящего вклад в отношения [9, с. 344].

Дж. Аакер в своем исследовании отмечает, что потребители, по сути, не испытывают затруднений в последовательном присвоении личностных качеств неодушевленным предметам. Это психологический процесс наполнения брендов определенными личностями. Бренд как образ в потребительском сознании формально не обладает никакими человеческими характеристиками, происходит проекция внутреннего содержания и представлений потребителя на внешний объект, т.е. бренд [3, с. 350].

Таким образом, анимизм описывает процесс приписывания некоторых человеческих качеств бренду или придания жизни неживому в целях облегчения установления отношений.

Антропоморфизм наряду с анимизмом служит еще одной теорией обоснования процесса персонификации туристской дестинации. Однако в научной среде, как отмечает М. Пузакова и другие ученые, существует некорректное использование теорий анимизма и антропоморфизации в вопросе объяснения персонификации дестинации, поскольку во многих маркетинговых исследованиях ученые считают данные теории взаимозаменяемыми. В частности, как было ранее описано, анимизм представляет собой процесс оживления бренда с помощью определенных качеств человека, при этом сам бренд не оживляется как реальное мыслящее и чувствующее существо. К примеру, Гатри С. описывает анимизм как стремление человека привить жизнь объектам, когда обнаруживается некоторое движение или шум от него, в то время как антропоморфизм, с точки зрения М. Пузаковой, Х. Квак и Дж. Розерето, позволяет раскрыть бренд в качестве целостного человека, чтобы стать реальным партнером в отношениях [10, с. 413].

Следовательно, теория антропоморфизма имеет не менее важное значение в брендинге дестинаций, поскольку шире рассматривает вопрос придания личности туристской дестинации. Полученный из греческих слов *anthropos* («человек») и *morphe* («форма»), антропоморфизм подразумевает нечто большее, чем просто приписывание жизни неживому (анимизму), определяет восприятие и распознавание людей в объектах окружающей среды.

В отличие от анимизма теория антропоморфизма показывает, что наделяет бренд не только выборочными характеристиками личности человека, а его эмоциями, намерениями, мотивами. Тем самым бренд воспринимается как реальный, абсолютный человек, обладающий душой, эмоциональным состоянием, намерениями, мышлением, сознанием и поведенческими особенностями. Теория антропоморфизации раскрывает разумное объяснение в отношении потенциальных ключевых переменных, которые могут повлиять на способность и мотивацию потребителей воспринимать бренды в качестве людей.

Согласно взглядам Эплей Н. и других ученых процесс антропоморфизации фокусируется на трех психологических детерминантах – доступности и применимости антропоцентрических знаний (выявленных агентских знаний), мотивации объяснения и понимания поведения других агентов (мотивация воздействия) и стремлении к социальному контакту и принадлежности (социальная мотивация). Данная теория антропоморфизации показывает, что люди более склонны к антропоморфизации, когда антропоцентрические знания доступны и применимы, когда они мотивированы быть эффективными социальными агентами и когда отсутствует чувство социальной связи с другими людьми. Последнее способствует созданию людей из неодушевленных объектов посредством антропоморфизма, чтобы удовлетворить мотивацию людей в социальной связи. Следовательно, антропоморфизм увеличивается, когда люди чувствуют недостаток социальной связи с другими людьми, и уменьшается, когда присутствует социальная связь с другими людьми [11, с. 864].

Опираясь на трехфакторную модель антропоморфизации, Н. Эплей, М. Пузакова, Х. Квак и Дж. Розерето продолжили изучение психологических механизмов антропоморфизации бренда, влияющих на степень восприятия брендов как людей. В частности, результаты исследования объясняют влияние соответствия «Я-концепции» с образом бренда на восприятие бренда в качестве реального, абсолютного человека. Кроме того, результаты иллюстрируют понимание того, каким образом отношения между соответствием «Я-концепции» и образа бренда и антропоморфизированным брендом могут быть опосредованы индивидуальными различиями личностных качеств человека: социальной мотивацией и мотивацией воздействия.

Для описания процесса восприятия брендов полноценными людьми М. Пузакова, Х. Квак и Дж. Розерето вводят понятие «антропоморфизированные бренды» – бренды, воспринимаемые потребителями как реальные люди с различными эмоциональными состояниями, разумом, душой и сознательным поведением, которые могут выступать в качестве членов социальных связей.

Центральное место в исследовании М. Пузаковой, Х. Квак и Дж. Розерето занимает вопрос концептуализации «Я-концепции» – «то, о чем человек знает, его отношение, чувства, восприятие и оценка себя как объекта» и «...сумма всего, что человек может назвать своим, не только его тело и психические силы, но и его одежда и его дом...» [10, с. 413]. Таким об-

разом, определения «Я-концепции» демонстрируют выход собственного «Я» за рамки личного восприятия своего внутреннего состояния и включают внешние элементы, которыми владеет человек (одежда, дом, автомобиль, место отдыха, страна для путешествий). Соответственно, как утверждают ученые, «Я-концепция» довольно ценна для каждого из нас и ожидается, что человек будет стремиться защитить и улучшить свое «Я».

М. Пузакова, Х. Квак и Дж. Розерето определяют два основных способа поддержки «Я-концепции»: символизм и ценности бренда.

Символ, который содержит в себе образ бренда, позволяет поддержать и расширить «Я-концепцию» в глазах окружающих. Владение брендами, символические образы которых соответствуют важным аспектам собственной «Я-концепции», укрепляют самооценку потребителя, являются средством выражения своей личности, тем самым способствуя приданию брендам человеческих черт личности [3, с. 350]. Таким образом, потребители осуществляют сравнение собственной «Я-концепции» с воспринимаемыми людьми, которых видят в брендах. В случае соответствия получают развитие более высокие уровни предпочтения бренда, лояльности к нему и стремление владеть и окружать себя подобными брендами. Также соответствие «Я-концепции» образу бренда положительно влияет на восприятие потребителем антропоморфизированного бренда.

Соответствие «Я-концепции» образу бренда объясняется с помощью ценностей, которые потребители проецируют на бренды, в частности, происходит сравнение личных ценностей с ценностями бренда. М. Пузакова, Х. Квак и Дж. Розерето объясняют данный процесс с помощью теории дегуманизации, основной посыл которой заключается в том, что если индивидуумы воспринимают ценности внешней группы как отличные от ценностей своей группы, то они, вероятно, лишают внешнюю группу человечества. Ценности отражают гуманность группы. Применительно к антропоморфизации бренда: когда ценности брендов значительно отличаются от личных ценностей, тогда процесс дегуманизации, вероятно, будет происходить. Соответствие ценностей бренда ценностям потребителя способствуют восприятию антропоморфизированных брендов без дальнейшей коррекции [10, с. 415].

Потребность в социализации, а именно в принадлежности и хроническое одиночество являются также важными составляющими антропоморфизации брендов в исследовании М. Пузаковой, Х. Квак и Дж. Розерето. Потребность людей в принадлежности является фундаментальным мотивирующим принципом социальной активности. Отсутствие принадлежности приводит к беспокойству, депрессии и низкой самооценке. Согласно теории Н. Эплей потребители, нуждающиеся в принадлежности, становятся более внимательными и точными в обнаружении социальных сигналов в окружающей среде [11, с. 880], чаще наблюдают человеческие черты и сигналы человека и, следовательно, более активно антропоморфизируют бренды [10, с. 414]. В свою очередь, хронически одинокие потребители проявляют более творческий подход к внедрению человеческих качеств в нечеловеческие объекты, легче воспринимают антропоморфизированные бренды и формируют различные типы социальных отношений с ними, т.к. стремятся заполнить разрыв в социальных связях [11, с. 881].

Результаты психологических исследований показывают, что люди могут по-разному мотивировать себя эффективно чувствовать в своем непосредственном окружении: через осмысление и предсказание своего окружения (стремление к контролю) и внутреннюю потребность уменьшить неопределенность среды (потребность в закрытии) [10, с. 416].

Потребители, стремящиеся к контролю, демонстрируют способность контролировать события в своей жизни и создавать порядок относительно элементов их окружения, что также обеспечивает предсказуемость последующего взаимодействия с брендами в будущем. Таким образом, у таких потребителей уровень влияния соответствия «Я-концепции» образу бренда на восприятие антропоморфизированного бренда будет выше по сравнению с потребителями, у которых отсутствует стремление к контролю.

Такая черта человека, как потребность в закрытии, объясняет степень, в которой человек желает получить точный ответ на свой вопрос, он против двусмысленности и беспорядка. Такой потребитель быстро принимает решения и выносит суждения, основываясь на доступных сигналах, отказываясь от тщательного поиска дополнительной и более значимой информации. Таким образом, потребители с высокой потребностью в закрытии склонны воспринимать брен-

ды в качестве людей в большей степени, чем потребители, у которых низкий уровень потребности в закрытии.

Таким образом, проведенный анализ позволяет заключить следующее:

- ◆ концепция «личности бренда» в брендинге дестинаций признана одним из эффективных и аффективных инструментов привлечения внимания и удержания своих потребителей на туристском рынке;

- ◆ создание и управление конкретной личностью дестинации становится прерогативой ведущих туристских дестинаций мира;

- ◆ исследование процесса персонализации туристской дестинации представлено двумя научными подходами: анимизмом и антропоморфизмом, каждый из которых описывает механизм придания брендам определенной личности. Более того, хотелось бы подчеркнуть отсутствие взаимозаменяемости двух научных теорий.

Информация, приведенная в данной работе, основанная на результатах исследований и взглядов ученых, является актуальной для Казахстана, который проецирует себя в качестве успешной туристской дестинации на мировом туристском рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Аакер Д. Создание сильных брендов: пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 440 с.
- 2 Keller Kevin L. Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity // *Journal of Marketing*, 1993. No 57 (January). P. 1–22.
- 3 Aaker J.L. Dimensions of Brand Personality // *Journal of Marketing Research*, 1997. No 34. P. 347–356.
- 4 Usakli A. and Baloglu S. Brand personality of tourist destinations: an application of self-congruity theory // *Tourism Management*, 2011. No 32. P. 114–127.
- 5 Henderson J.C. Selling Places: The New Asia–Singapore Brand // *Journal of Tourism Studies*, 2000. No 11(1). P. 36–44.
- 6 Morgan N. and Pritchard A. Contextualizing Destination Branding // *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, edited by N. Morgan, A. Pritchard and R. Pride. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002. P. 11–41.
- 7 Santos C.A. Framing Portugal Representational Dynamics // *Annals of Tourism Research*, 2004. No 31(1). P. 122–138.
- 8 Ekinci Y., Hosany S. Destination Personality: An Application of Brand Personality to Tourism Destinations // *Journal of Travel Research*, 2006. No 45. P. 127–139.
- 9 Fournier Susan. Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research // *Journal of Consumer Research*, 1998. No 24. P. 343–373.
- 10 Puzakova M., Kwak H., Rocereto J.F. Pushing the envelope of brand and personality: antecedents and moderators of anthropomorphized brands // *Advances in Consumer Research*, 2009. Vol. 36. P. 413–420.
- 11 Epley Nicholas, Adam Waytz and John T. Cacioppo. On Seeing Human: A Three-Factor Theory of Anthropomorphism // *Psychological Review*, 2007. No 114(4). P. 864–886.

Андатпа

Бүгінгі таңда туристік дестинация брендин басқару мәселесіндегі стратегиялық құралдардың бірі «бренд тұлғасы» тұжырымдамасы болып табылады. Тауарлар брендинінде өзінің тиімділігін дәлелдеген «бренд тұлғасы» қазіргі бәсекелестердің аясында тұтынушы санасында туристерді тарту және ұстап тұру, сонымен қатар мықты позицияны иелену бойынша әлемнің жетекші туристік дестинацияларының стратегиясына айналды. «Бренд тұлғасы» тұтынушымен эмоционалдық байланыс орнатудың ең жақсы құралы болып табылады және өзін-өзі танытуға мүмкіндік береді. Тауарлар мен туристік дестинациялар брендині аясында «бренд тұлғасы» анықтамасы анықталды. Бұл мақалада автор туристік дестинацияны дербестендіру үдерісіне жетекші ғалымдардың ғылыми тәсілдері мен көзқарастары келтірілген, атап айтқанда, брендтің жандану аспектісі, оған нақты тұлға беру және туристің толыққанды және нақты адам ретінде брендті қабылдауы. Осыған байланысты екі ғылыми теория қарастырылды: анимизм және антропоморфизм. Анимизм өткен немесе қазіргі рух пен адамның эмоционалдық қасиеттерін, ойлау мен брендтің ерік-жігерлерін көшіру арқылы дестинация процесін сипаттайды. Сонымен қатар антропоморфизм бұл мәселені кеңінен қарастырып, брендтің адам ретінде қабылдау дәрежесіне әсер ететін антропоморфизацияның психологиялық механизмдерін зерттеуге елеулі үлес қосады.

Тірек сөздер: бренд тұлғасы, туристік дестинация, анимизм, антропоморфизм, бренд символизмі, тұтынушы, жеке құндылықтар, әлеуметтік белсенділік.

Abstract

Today one of the strategic tools in the brand management of tourism destinations is the concept of “brand personality”. Having proved its efficiency in branding products, the “brand personality” has become the strategy of the world's leading tourism destinations in attracting and retaining tourists and gaining a strong position in the minds of consumers against existing competitors. It is the “brand personality” that remains the best tool for establishing emotional relationships with the consumer and provides an opportunity for self-expression. The definitions of “brand personality” are disclosed in the framework of branding of goods and tourism destinations. In this article, the author presents the scientific approaches and views of leading scientists on the process of personification of tourism destinations, namely, the aspect of revitalizing the brand, giving it a specific personality and tourist perception of the brand as a full-fledged and real person. In this regard, two scientific theories are considered: animism and anthropomorphism. Animism describes the process of personification of a destination through the spirit of the past or present and the transfer of the human qualities of emotionality, thinking and will to the brand. At the same time, anthropomorphism examines this issue much more broadly and makes a significant contribution to the study of the psychological mechanisms of brand anthropomorphization that affect the degree of perception of brands as people.

Key words: brand personality, tourism destination, animism, anthropomorphism, brand symbolism, consumer, personal values, social activity.

МРНТИ 06.71.57
УДК 339.138

М.У. УСПАНОВА,¹

д.э.н., профессор.

А.А. АБДУНУРОВА,²

м.э.н., докторант.

Казахский университет международных
отношений и мировых языков им. Абылай-хана.¹

Алматы Менеджмент Университет²

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

С появлением интернета и его активным использованием в туризме социальные медиа (сети) играют ключевую роль в поиске и оценке информации, процессе принятия решений о поездке и покупке туристских услуг потребителями. Возникает необходимость повышения грамотного использования информационно-коммуникационных технологий основными игроками туристского бизнеса для эффективного продвижения туристских услуг в социальных сетях и создания благоприятной ситуации в развитии и налаживании интерактивных коммуникаций с потребителями (туристами). Проведенный количественный опрос среди туристских агентств и глубинное интервью со специалистом Центра смар்த்தуризма в Казахстане показал необходимость обучения турагентств инструментам онлайн-коммуникации. В результате оценки сайтов и социальных сетей туристских агентств были определены актуальные проблемы, которые препятствуют развитию онлайн-туризма и в целом снижают привлекательность туристского бизнеса, именно отсутствие или недостаточные знания и навыки использования инструментов онлайн-коммуникации туристскими агентствами. Для привлечения туристов необходимо быть информационно доступным и давать качественный (уникальный) контент, формировать положительный имидж для установления доверия к провайдерам туристских услуг. Авторами также приведены определения термина «социальные медиа» различных западных ученых.

Ключевые слова: социальные медиа, туризм, туристские агентства, потребители, интерактивные коммуникации, контент, имидж, интернет-платформы.

Социальные медиа определяются как структура, в которой люди интерактивно общаются и делятся своими взглядами друг с другом в сети интернет [1], как СМИ-платформы и онлайн-приложения, ищущие обмен информацией и контентом, сотрудничество и простое взаимодействие [2], инструменты на основе интернета и платформы, расширяющие и укрепляющие обмен информацией [3]. Е. Акар [4] рассматривает социальные сети как сеть сайтов, обеспечивающих более глубокое социальное взаимодействие сообществ на основе технологий. Согласно другому подходу, социальные сети могут быть определены как социальные веб-сайты, предоставляющие возможность участникам выразить себя через онлайн-СМИ, общаться, участвовать в группах и поделиться своим мнением, комментариями и публикациями в этих СМИ [5].

В контексте туризма многие исследователи подчеркивали эффективность социальных медиа, в основном рассматривая их как инструмент маркетинга и концентрируясь на отношении «клиент – компания». С.В. Литвин [6] предположил, что онлайн из уст в уста в социальных сетях является рентабельным маркетинговым инструментом для гостиничных компаний.

Социальные сети имеют две стороны медали: лояльность клиентов и несправедливая критика [7]. Другие авторы подтверждают в своем исследовании преимущества социальных сетей как фактор, положительно влияющий на мотивацию путешественников в установлении отношения с туристскими компаниями и направлениями [8]. В основном научные исследования были сосредоточены только на отношениях между клиентами и компанией, в то время как взаимодействие между клиентами в социальных сетях мало изучено. Тем не менее в последнее время набирают обороты исследования, посвященные взаимодействию участников социальных сетей, например, влияние онлайн-обзоров на процесс принятия решений о поездке.

Авторами использовались количественные и качественные методы исследования для сбора эмпирических данных и был проведен теоретический литературный обзор по определению термина «социальные медиа».

Количественный метод – онлайн-опрос туристских агентств Казахстана. Рассылка онлайн-опроса проводилась через Казахстанскую туристскую ассоциацию. В онлайн-опросе приняли участие (по желанию) 17 турагентств из разных городов Казахстана, с разным опытом работы на рынке, специализирующиеся на внутреннем, въездном, выездном туризме и визовой поддержке (оформлении).

Качественный метод – проводилось глубинное интервью с главным техническим специалистом Центра смарттуризма Дмитрием Тином. Сертифицированный специалист интернет-маркетинга в туризме проводит вебинары (онлайн-обучение) для различных туристских организаций, занимается экспертной оценкой веб-страниц и социальных медиа туристских агентств, музеев и дает профессиональные рекомендации по улучшению качества коммуникации в сети интернет.

В сфере туризма происходят большие изменения, в частности, из-за развития информационных технологий, которые повлияли на изменения в поведении потребителей (туристов). На сегодняшний день увеличивается количество туристов, пользующихся социальными сетями для поиска информации и организации своего путешествия. Наши исследования показали, что в Казахстане использование информационных технологий для привлечения и продвижения туристских услуг все еще на стадии развития. Поэтому требуется профессиональное обучение провайдеров туристского бизнеса. В результате оценки Дмитрием Тином сайтов и социальных сетей туристских агентств были объективно определены следующие проблемы.

1. Отсутствие уникальности в контенте, копирование контента зачастую раздражает и вызывает недоверие у потребителей туристских услуг.

2. В результате опроса выяснилось, что 70% туристских агентов не используют мобильную версию веб-сайта. Отсутствие мобильной версии сайта представляет неудобство для пользователей мобильных телефонов.

3. Многие турагентства не используют (не зарегистрированы) «Google» и «Yandex»-карты, что и препятствует определению места нахождения провайдеров услуг потенциальными туристами.

4. Очень маленькое количество турагентств используют бесплатные международные и авторитетные интернет-платформы, такие, как «TripAdvisor», «Booking.com» и другие, для продвижения своих услуг.

5. Не используются на достаточно хорошем уровне инструменты онлайн-коммуникации, расширенные функции для продвижения туристских услуг в социальных сетях (непрезентабельный вид сайта или отсутствие сайта, неиспользование мобильной версии сайта, использование личных аккаунтов, нерелевантные фотографии и т.д.).

6. Неиспользование аналитических онлайн-инструментов.

В количественном опросе участвовали 17 туристских компаний с различным опытом работы на рынке (от 18 лет до одного года). Данные агентства специализируются на внутреннем, въездном, выездном туризме, наряду с предложениями туров, экскурсий оказывают услуги визовой поддержки, предлагают услуги медицинского туризма (достаточно новый вид туризма). На вопрос, хотели ли бы они пройти обучение по продвижению услуг в социальных сетях, все туристские агентства (100%) ответили положительно. Туристский бизнес составляют малые и редко средние компании, поэтому зачастую у них нет возможности нанимать отдельных специалистов, которые профессионально «раскручивали» бы компанию в социальных сетях. Результаты количественного онлайн-опроса представлены ниже.

На рисунке 1 (стр. 188) проиллюстрировано, что основная масса участников – это турагентства из города Алматы. Уровень использования социальных сетей турагентствами РК представлен на рисунке 2 (стр. 188).

Как показано на рисунке 2, в основном туристскими агентствами используется «Instagram». На рисунке 3 (стр. 188) показан уровень использования бесплатных инструментов туристскими агентствами.

Как показано на рисунке 3, очень мало используются бесплатные инструменты в силу незнания таких инструментов, к примеру, только 7 из 17 турагентств используют карты «Google» и «Yandex» и эти же компании используют другие виды инструментов продвижения.

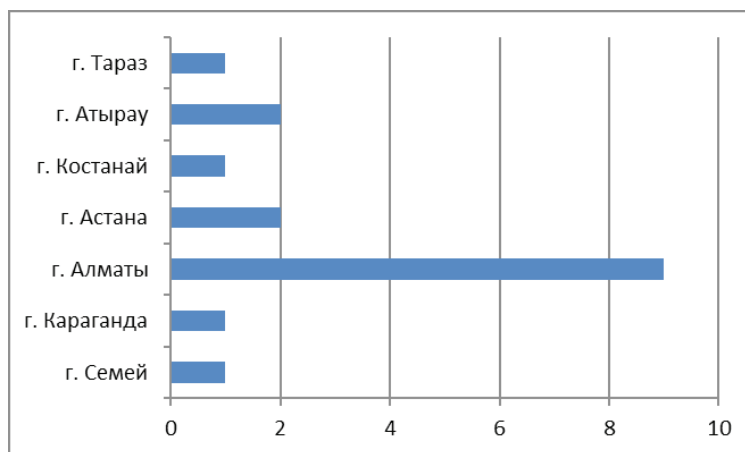


Рисунок 1 – Представленность туристских агентств из разных городов Республики Казахстан

Примечание – Составлено авторами на основе опроса.

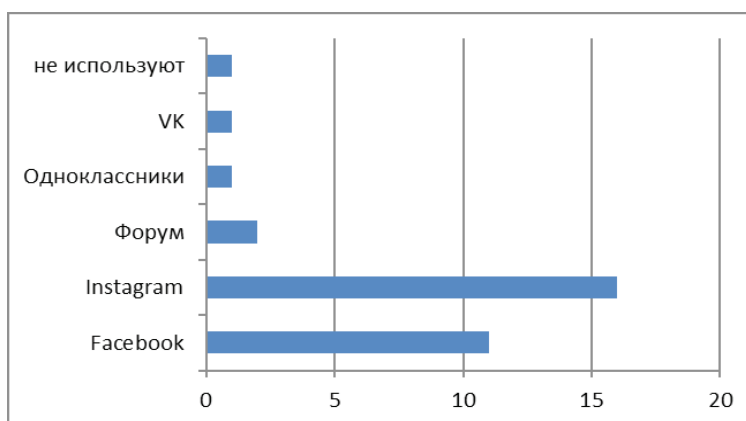


Рисунок 2 – Уровень использования социальных сетей турагентствами Республики Казахстан

Примечание – Составлено авторами на основе опроса.

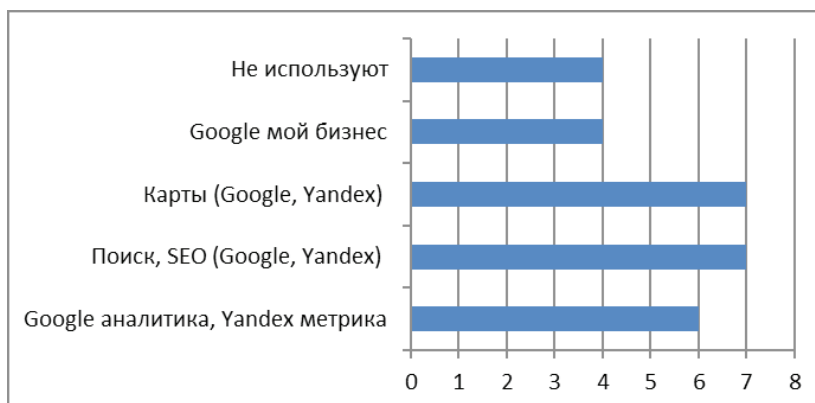


Рисунок 3 – Уровень использования бесплатных онлайн-инструментов продвижения

Примечание – Составлено авторами на основе опроса.

На рисунке 4 показано количество зарегистрированных турагентств в авторитетных сайтах по туризму.

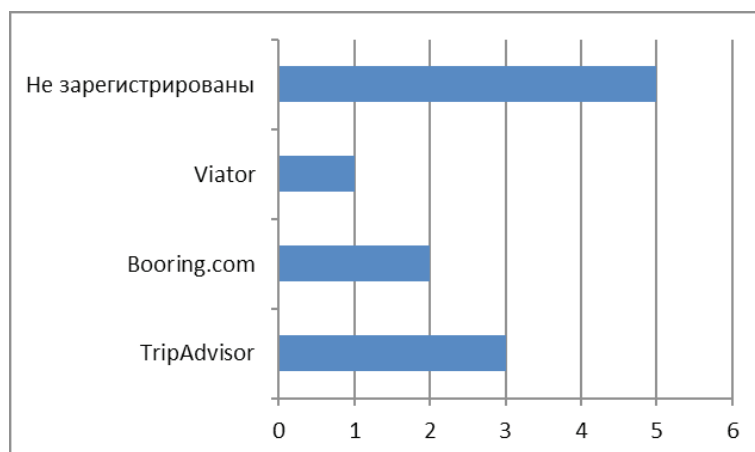


Рисунок 4 – Количество зарегистрированных турагентств в авторитетных сайтах по туризму

Примечание – Составлено авторами на основе опроса.

«TripAdvisor», «Booking.com» являются самыми авторитетными и глобальными платформами, только два-три турагентства из семнадцати имеют регистрацию на данных платформах.

Для привлечения туристов необходимо быть информационно доступным и давать качественный (уникальный) контент, формировать положительный имидж для установления доверия к провайдером туристских услуг. В ходе исследования предложений туристских услуг в социальных сетях были выявлены следующие проблемы:

- ♦ отсутствие уникальности контента зачастую раздражает и вызывает недоверие у потребителей туристских услуг;
- ♦ не у всех есть мобильная версия сайта, что доставляет неудобство для пользования обладателями смартфонов. В результате опроса выяснилось, что 70% туристских агентств не используют мобильную версию веб-сайта;
- ♦ многие турагентства не используют «Google» и «Yandex»-карты, что и препятствует определению их места нахождения потенциальными туристами;
- ♦ турагентствами очень мало используются бесплатные международные и авторитетные интернет-платформы, такие, как, «TripAdvisor», «Booking.com» и другие, для продвижения своих услуг;
- ♦ использование инструментов онлайн-коммуникации с потребителями в продвижении туристских услуг в социальных сетях на недостаточно хорошем уровне (отсутствие сайта, использование личных аккаунтов, нерелевантные фотографии и т.д.);
- ♦ неиспользование аналитических онлайн-инструментов.

Вышеуказанные ключевые проблемы являются следствием отсутствия знаний и навыков использования инструментов онлайн-коммуникации с потребителями, что и препятствует развитию туризма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Borges B. (2009). Marketing 2.0 Bridging the Gap Between Seller and Buyer Through Social Media Marketing. Published by Wheatmark. 312 p.
- 2 Palmer A., Koenig-Lewis N. (2009). An Experiential, Social Network-Based Approach to Direct Marketing, Direct Marketing. An International Journal, 3(3):162–176.
- 3 Определение «социальное медиа»: www.socialmediadefined.com.
- 4 Akar E. (2010). Sosyal Medya Pazarlamasi: Sosyal Webde Pazarlama Stratejleri. Publisher: Ankara: Efil Yayinevi.

5 Kienle H.M., Lober A., Vasiliu C.A., Müller H.A. (2010). Investigating the Concept of Consumers as Producers in Virtual Worlds: Looking through Social, Technical, Economic, and Legal Lenses. İçinde: Lehmann-Grube, F. AnSablantig, J. (Eds.), Facets of Virtual Environments. Lecture Notes of the Institute for Computer Sciences, Social Informatics and Telecommunications Engineering.

6 Litvin S.W., Goldsmith R.E., Pan B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*. Vol. 29. No 3. P. 458–468.

7 Kasavana M.L., Nusair K., Teodosic K. (2010). Online social networking: redefining the human web. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. Vol. 1. No 1. P. 68–82.

8 Gretzel U., Dinhopl A. (2014). Breaking up is hard to do: why do travelers unlike travel-related organizations. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014* (p. 267–279). Proceedings of the International Conference in Dublin, Ireland, January 21–24, 2014. Switzerland: Springer.

Андағпа

Интернеттің пайда болуымен және оның белсенді қолданылуымен, туризмде әлеуметтік медиа (желілер) ақпараттарды іздеуде және бағалауда, сапарлар туралы шешім қабылдау процесінде және тұтынушылардың туристік қызметтерді сатып алуда маңызды рөл атқарады. Әлеуметтік желілерде туристік қызметтерді тиімді жылжыту және тұтынушылармен (туристермен) интерактивті байланыстарды дамыту мен құруда қолайлы жағдай тудыру үшін туристік бизнестің негізгі ойыншыларының ақпараттық-коммуникациялық технологияларды сауатты қолдануын арттыру қажет. Туристік агенттіктер арасында жүргізілген сандық сауалнама және Қазақстандағы Смарттуризм орталығының маманымен терең сұхбат турагенттіктерді онлайн-байланыс құралдарына үйрету қажеттілігін көрсетті. Туристік агенттіктердің веб-сайттары мен әлеуметтік желілерін бағалау нәтижесінде онлайн туризмнің дамуына кедергі келтіретін және туристік бизнестің тартымдылығын төмендететін өзекті проблемалар анықталды, атап айтқанда туристік агенттіктердің онлайн-байланыс құралдарын қолдану білімдері мен дағдылары жоқ. Туристерді тарту үшін ақпараттық қол жетімділік және сапалы (бірегей) контентпен қамтамасыз ету, туристік қызмет провайдерлеріне сенім орнатудың жағымды имиджін қалыптастыру қажет. Авторлар, сонымен қатар «әлеуметтік медиа» терминіне әр түрлі батыстық ғалымдардың анықтамасын береді.

Тірек сөздер: әлеуметтік медиа, туризм, туристік агенттіктер, тұтынушылар, интерактивті коммуникациялар, контент, имидж, интернет-платформалар.

Abstract

With the advent of the Internet and its active use in tourism, social media (networks) play a key role in finding and evaluating information, making travel decisions and purchasing travel services by consumers. The question arises of the need to improve the competent use of information and communication technologies by the main players of the tourism business to effectively promote travel services in social networks and create a favorable situation in the development and establishment of interactive communication with consumers (tourists). A quantitative survey among travel agencies and an in-depth interview with a specialist of the ‘Center of Smart Tourism’ in Kazakhstan showed the need to train travel agencies in online communication tools. As a result of the evaluation of websites and social networks of travel agencies, a number of urgent problems were identified that reduce the attractiveness of the tourism business i.e. the lack of knowledge and skills to use online communication tools by tourist agencies, which hinders the development of online tourism. In order to attract tourists, it is necessary to be informational accessible and to provide high-quality (unique) content, to establish a positive image and consumers trust to the providers of travel services. The authors also provide definitions for the term “social media” of various Western scholars, which is currently used throughout the world.

Key words: social media, tourism, travel agencies, consumers, interactive communications, content, image, Internet platforms.

МРНТИ 71.37.75
УДК 796/799:378

В.Н. ВУКОЛОВ,¹
д.п.н., профессор.
НИИ туризма
университета «Туран»¹

СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ КАЗАХСТАНА–2019: ИТОГИ И ПРОБЛЕМЫ

Аннотация

Для эффективной туристской индустрии Казахстана очень важно развивать спортивный туризм именно в его походной части. В статье дан анализ статистики походов за зимний и летний сезоны 2019 г. Информация, полученная туристами в походах, не стала достоянием туристской общественности, участники и руководители походов не получили соответствующих справок, спортивных разрядов и званий, не участвовали в казахстанских и международных соревнованиях по спортивным походам, то есть сокращены показатели внутреннего туризма, а значит, социально-экономической эффективности туристской индустрии Казахстана в целом. Само развитие походного туризма по территории Республики Казахстан должно способствовать рекламированию казахстанских туристско-рекреационных ресурсов и увеличению потока во внутреннем и въездном туризме. Одним из способов такой эффективной рекламы является участие отчетов о походах казахстанских туристов в международных туристских соревнованиях. Среди насущных проблем спортивного туризма Казахстана в 2019 г., кроме финансовых, можно выделить системную подготовку квалифицированных инструкторских и судейских кадров. При этом прежде всего имеются квалифицированные судьи соревнований в номинации «маршрут». В рамках международных связей Ассоциации федераций спортивного туризма РК в 2019 г. было организовано участие команд Казахстана в трех международных соревнованиях, в которых три команды заняли призовые места.

Ключевые слова: спортивный туризм, походный туризм, рекреационные ресурсы, инструкторы туризма, соревнования, судейские кадры.

Для эффективной туристской индустрии Казахстана очень важно развивать спортивный туризм именно в его походной части. Чтобы понять успехи или отрицательные результаты в этой сфере, в НИИ туризма университета «Туран» проанализирована статистика походов за зимний и летний сезоны 2019 г.

По статистике регистрации маршрутных листов на категорийные и степенные походы и статистике представленных отчетов об этих походах в 2019 г. были составлены таблицы 1 и 2 (стр. 192). Анализ полученных данных показывает, что в 2019 г. официально отметились в «Журнале регистрации маршрутных листов» (по состоянию на 1 ноября 2019 г.) 87 групп. Больше всего было заявлено походов 1-й категории сложности (72), а отчитались всего 15 групп (30,5%), совершивших «единичку». О совершении походов 2-й категории сложности заявили 6 групп и не отчитался никто. Парадоксально, но самый низкий процент отчетности у групп, которые заявлялись на маршруты 1–2 категории сложности, хотя их отчеты имеют максимально простую форму. Следствием этой недисциплинированности является то, что значительное количество туристов этих групп не будут иметь право совершать походы 3–6 категории и выступать на чемпионате мира по спортивным походам. По состоянию на 1 ноября 2019 г. отчеты о походах защитили и разместили на сайте fetur.kz всего 20 групп, т.е. 17,4%.

Таблица 1 – Статистика регистрации маршрутных листов на категорийные и степенные походы в 2019 г. (по видам туризма)

Вид туризма	Категории сложности походов							Всего походов
	степенные	1	2	3	4	5	6	
1. Пешеходный	1	41	3		1			46
2. Горный		5	2	2			1	10
3. Вело		6			1			7
4. Водный		17	1	2	1			21
5. Лыжный		3						3
Итого	1	72	6	4	3		1	87

Таблица 2 – Статистика представленных отчетов о категорийных походах в 2019 г. (по видам туризма)

Вид туризма	Категории сложности походов						Всего походов	
	степенные	1	2	3	4	5		6
1. Пешеходный		9			1			10
2. Водный		1						1
3. Горный		4		1			1	6
4. Вело				2				2
5. Лыжный		1						1
Итого		15		3	1		1	20

Для сравнения: в 2018 г. РМКК выпустила в категорийные походы 68 туристских групп, а отчеты представили 32 группы, т.е. около 50%. Таким образом, количество выпущенных в поход групп в 2019 г. увеличилось на 19 по сравнению с 2018 г. Однако количество представленных отчетов уменьшилось на 12, а в процентном соотношении – на 33%. Таким образом, социальная эффективность спортивных походов в 2019 г. в целом снизилась по сравнению с 2018 г.

Это означает, что информация, полученная туристами в походах, не стала достоянием широкой туристской общественности, участники и руководители походов не получили соответствующих справок, спортивных разрядов и званий, не участвовали в казахстанских и международных соревнованиях по спортивным походам, таким образом, сократили потенциал улучшения показателей внутреннего и въездного туризма (а значит, социально-экономической эффективности туристской индустрии) Казахстана в целом.

Таким образом, от Республики Казахстан на чемпионат мира по спортивным походам за 2019 г. мы можем выставить только две команды по двум видам: 1) горному туризму – отчет о горном туристском путешествии 6-й к.с. команды НИИ туризма университета «Туран» под руководством В.А. Литвинова (Северный Тянь-Шань); 2) пешеходному туризму – отчет о пешеходном туристском путешествии 4-й к.с. команды Федерации спортивного туризма г. Алматы под руководством А.А. Эргешева (Западный Алтай).

Из 20 представленных на сайте fetur.kz отчетов пять отчетов, т.е. 25% от общего числа, представлены командой Научно-исследовательского института туризма университета «Туран». Следует при этом отметить, что это 100% отчетов от числа групп НИИ туризма, выпущенных на категорийные маршруты, а один из пяти отчетов – это отчет о горном походе 6-й к.с. – единственная «шестерка» в Казахстане за 2019 г. По данным показателям указанную команду можно считать самой эффективной за 2019 г., а ее руководители должны быть поощрены руководством Ассоциации федераций спортивного туризма РК.

Так как количество и сложность походов НИИ туризма стабильны, нами в мае 2018 г. на III Международном гостиничном форуме непосредственно вице-министру культуры и спорта Аскарму Баталову предлагалось на базе института составить сборную команду горных туристов РК. Это позволило бы повышать спортивную квалификацию туристов из разных областей Казахстана, проводить чемпионат Казахстана в классе «А» со значительно большим количеством команд и большее количество команд от РК выставлять на чемпионат мира и другие международные соревнования. Однако это предложение не было поддержано.

Следует отметить, что спад походной активности наблюдается не только в Казахстане, но и в федерациях спортивного туризма других стран, входящих в Международную федерацию спортивного туризма (МФСТ). И это отражается на статистических показателях международных соревнований по спортивным походам.

Нами наблюдается уменьшение количества команд и туристов, участвующих в чемпионате мира, и это тревожный сигнал. Причина этого негативного явления обсуждалась в 2019 г. на семинаре судей-экспертов пяти стран. Это, как выяснилось, происходит потому, что практически во всех странах СНГ растет количество так называемых «туристов-спортзальников». Так в среде походников называют тех, кто вместо туристских походов занимается соревнованиями по туристскому многоборью, большей частью в закрытых помещениях. Более того, в некоторых регионах стран СНГ «спортзальники» приходят к руководству местных федераций спор-

тивного туризма, становятся мастерами спорта по спортивному туризму, не имея достаточного походного опыта. Такие руководители не заинтересованы в походном туризме. И эту негативную тенденцию часто поддерживают чиновники, ответственные за развитие туризма. Ведь им спокойнее, когда соревнования туристов проходят на подготовленных полигонах вблизи населенных пунктов или даже в закрытых помещениях. Комфортно, никакого риска, а кроме того, зрелищно.

При этом никто не отрицает важности и даже необходимости проведения разного ранга соревнований по туристскому многоборью. Однако и в этой части спортивного туризма РК достаточно проблем.

Само развитие походного туризма по территории РК должно способствовать рекламированию казахстанских туристско-рекреационных ресурсов и увеличению потока внутреннего и въездного туризма. Одним из способов такой эффективной рекламы является участие отчетов о походах казахстанских туристов в международных туристских соревнованиях.

В рамках международных связей АФСТ РК нами в 2019 г. было организовано участие команд Казахстана в трех международных соревнованиях:

- а) чемпионате мира по спортивным походам в классе маршрута 4–6 к.с.;
- б) первенстве мира по спортивному туризму сезонов 2016–2018 гг. в классе маршрутов 1–6 к.с. среди детско-юношеских команд;
- в) открытом кубке Федерации спортивного туризма Украины по горным спортивным туристским походам 2016–2018 гг. в группах походов 1–3 к.с.

На чемпионате мира по спортивному туризму в 2019 г. по дисциплине «горные маршруты 4-й к.с.» до полуфинала дошли шесть команд. Казахстан в этой дисциплине представляла команда туристского клуба «Аспан-Тау» г. Алматы под руководством А.М. Саматова, которая заняла 6-е место.

На первенстве мира от РК нами было представлено всего 35 отчетов (из них горных – 17, пеших – 9, водных – 4, вело – 3, лыжных – 2) за период с 2016 (9 отчетов) по 2018 г. (26 отчетов). Отбор проводился, исходя из качества отчетов, возрастного состава. Главная судейская коллегия (ГСК) отобрала отчеты команд, где возраст большинства участников, за исключением руководителя и инструктора, не превышал 21 года. При этом важно было обеспечить максимально широкое представительство разных регионов Казахстана для рекламы туристских маршрутов всей территории РК на международном уровне.

ГСК первенства мира приняла в зачет 17 отчетов от Казахстана, отсеяв остальные либо по возрастным ограничениям участников, либо за низкое качество отчетов. В полуфинал соревнований в классе горных походов 1-й к.с. вышли 8 команд, из них 2 команды от Казахстана (руководители – Н.Н. Выприцкая и М.И. Грабовский от НИИ туризма университета «Туран»). Третье место в этой группе заняла команда Н.Н. Выприцкой.

В полуфинал в классе горных походов 2-й к.с. вышли 6 команд, из них 3 команды от Казахстана (руководители – А.Н. Литвинова, С.С. Яковлев (Талдыкорган) и И.В. Ридзаускене (Павлодар). Второе место в этой группе заняла команда А.Н. Литвиновой за поход по Джунгарии.

На соревнования открытого Кубка федерации спортивного туризма Украины по горным походам 1–3 к.с. (отчеты за 2016–2018 гг.) нами было представлено 19 казахстанских отчетов. В полуфинал соревнований в классе горных походов 3-й к.с. вышли 10 команд, из них 3 от Казахстана (руководители – А.Т. Тин, М.С. Кадникова (Алматы) и Д.Т. Садвакасов (Астана). Первое место и Кубок Украины в этой группе получила команда под руководством А.Т. Тин за поход по Северному Тянь-Шаню. При этом украинские судьи признали этот поход самым сложным, напряженным и полезным из всех походов 3-й к.с., отчеты которых были представлены на соревнования Открытого кубка Украины. Команда под руководством Д.Т. Садвакасова (Астана) заняла на этих соревнованиях 7-е место, а команда М.С. Кадниковой (Алматы) – 8-е место в данной группе.

В полуфинал в классе горных походов 2-й к.с. вышли 14 команд, из них 7 команд (т.е. 50%) от Казахстана. Призовых мест здесь казахстанцы не только не заняли, но все оказались последними в итоговом протоколе соревнований (от 7-го до 14-го места). Лучший результат здесь показала команда под руководством Д.Т. Садвакасова (Астана) – 7-е место. Последнее – 14-е место в итоговом протоколе соревнований заняла команда С.С. Яковлева (Талдыкорган).

Среди некоторой части квалифицированных горных туристов стран СНГ бытует мнение, что та часть гор Северного Тянь-Шаня, которая относится к территории Казахстана, малоперспективна для команд, участвующих в национальных чемпионатах и чемпионатах мира, и что пройденные в этом районе маршруты редко занимают на соревнованиях призовые места.

Анализ горных маршрутов, представленных на чемпионате мира в 2018 г., отвергает это мнение. Отличные маршруты по Заилийскому Алатау прошли две команды горников Казахстана, России и даже одна команда российских пешеходников. А московская группа под руководством Л.В. Смирнова стала чемпионом мира в классе горных походов 5-й категории сложности, совершив в районе ледника Калесника первопрохождение перевала Зебра (3А к.с.). Их земляки из Москвы под руководством И.В. Бычковой за поход по Заилийскому Алатау заняли второе место в классе пешеходных походов 4-й категории сложности. Этот важный показатель чемпионата, безусловно, привлечет в казахстанскую часть Северного Тянь-Шаня новые группы туристов, увеличив тем самым показатели въездного туризма нашей страны.

Среди насущных проблем спортивного туризма РК в 2019 г., кроме финансовых, можно выделить системную подготовку квалифицированных инструкторских и судейских кадров. При этом прежде всего имеются в виду квалифицированные судьи соревнований в номинации «маршрут».

Именно для сокращения огромного дефицита инструкторских кадров в НИИ туризма нами были разработаны два документа: 1) «Положение о тренерах-инструкторах спортивного туризма Республики Казахстан»; 2) Программа подготовки тренеров-инструкторов спортивного туризма. Оба эти документа обсуждались на расширенном заседании Национальной федерации спортивного туризма РК и утверждены 17 марта 2017 г.

На основании указанных документов в НИИ туризма университета «Туран» по экспериментальной двухлетней программе обучались студенты университета и педагоги Станции юных техников г. Усть-Каменогорска. За период с 1 сентября 2016 г. по январь 2019 г. курсанты освоили теоретический курс, совершили три горных похода (1у, 1р, 2у), выполнили и получили через ЦОНЫ соответствующие приказы акимов районов о присвоении 2-го разряда по спортивному туризму. По согласованию с Новосибирским учебным центром МФСТ была создана аттестационная комиссия из трех действующих казахстанских мастеров спорта. До экзамена были допущены 12 человек, которые их успешно сдали и в январе 2019 г. получили из г. Новосибирска удостоверения инструкторов-проводников по горному туризму. Целесообразно утвердить состав аттестационной комиссии АФСТ РК, утвердить казахстанскую форму удостоверения инструктора туризма и на основании утвержденной программы вести системную подготовку инструкторов туризма, тем более что в НИИ туризма подготовлен и будет издан в конце декабря 2019 г. соответствующий учебник.

Серьезной проблемой спортивного туризма РК является недостаток квалифицированных судейских кадров. Следствием этого является некачественное судейство чемпионатов Казахстана по спортивным походам в 2017 и 2018 гг., что вызывало принципиальные возражения по итогам указанных соревнований у членов ведущих команд республики. Недостаточная спортивная квалификация казахстанских судей привела к тому, что судить отчеты о походах 6-й категории сложности на чемпионате мира могут всего три человека, а звание судьи международной категории имеет всего один судья.

С целью подготовки к первенству мира по туристскому многоборью в Беларуси в урочище Тамгалы-Тас проводился международный семинар судей по спортивным походам, в котором приняли участие 19 человек, из них университет «Туран» – 8 человек, г. Алматы – 4 человека, г. Нур-Султан – 3 человека, Костанайская область – 2 человека и по одному человеку – из Кызылординской области и КазАСТ. В программе семинара рассматривались характеристики понятийного аппарата правил соревнований по спортивным походам, осваивалась методика судейства соревнований на туристских спортивных маршрутах, анализировались результаты судейства чемпионатов мира и РК по спортивным маршрутам с 2006 по 2018 гг. Кроме того, были проведены практические занятия по судейству отечественного и международных чемпионатов по спортивным походам.

Аңдатпа

Қазақстанның тиімді туристік индустриясы үшін спорттық туризмді, оның ішінде жорық бөлігінде дамыту өте маңызды. Мақалада 2019 ж. қысқы және жазғы маусымдарға жорықтар статистикасы талданады. Туристерден жорық барысында алынған ақпараттар туристік қоғамдастыққа қол жетімді болмады, сапарларға қатысушылар мен жетекшілер тиісті сертификаттарды, спорттық санаттар мен атақтарды алған жоқ, спорттық жорық бойынша қазақстандық және халықаралық жорықтарға қатыспады, яғни ішкі туризм көрсеткіштерін, бұл жалпы Қазақстандағы туризм индустриясының әлеуметтік-экономикалық тиімділігінің төмендеуін білдіреді. Қазақстан Республикасының аумағында саяхаттауды дамыту, Қазақстанның туристік-рекреациялық ресурстарын жарнамалауға және ішкі және кірмелік туризмінің ағымын арттыруға ықпал етуі керек. Осындай тиімді жарнамалық тәсілдердің бірі – халықаралық туристік жарыстарға қазақстандық туристердің сапарлары туралы есептердің қатысуы. 2019 ж. Қазақстандағы спорт туризмінің маңызды проблемаларының арасында, қаржыдан басқа, білікті Нұсқаушылар мен төрешілер кадрларын жүйелі түрде даярлауды атап өтуге болады. Бұл ретте ең алдымен «маршрут» номинациясы бойынша жарыстардың білікті төрешілері бар. ҚР Спорттық туризм федерациялары қауымдастығының халықаралық байланыстары аясында 2019 ж. қазақстандық командалардың үш халықаралық жарыстарға қатысуы ұйымдастырды және үш команда жүлделі орындарға ие болды.

Тірек сөздер: спорттық туризм, жорықтық туризм, рекреациялық ресурстар, туризм нұсқаушылары, жарыстар, төрешілер кадрлары.

Abstract

It is very important to develop sports tourism in its marching part for the effective tourism industry of Kazakhstan. The article analyzes the statistics of hikes for the winter and summer seasons of 2019. The information received by tourists in hikes did not become the property of the tourist public, participants and leaders of hikes did not receive relevant certificates, sports categories and titles, did not participate in Kazakhstan and international competitions in sports hikes. That is, they reduced the indicators of domestic tourism, as well as the socio-economic efficiency of the tourism industry of Kazakhstan as a whole. The development of hiking tourism on the territory of the Republic of Kazakhstan by definition should promote the promotion of Kazakhstan's tourist and recreational resources and increase the flow of domestic and inbound tourism. One of the ways of such effective advertising is the participation of reports on the trips of Kazakh tourists in international tourism competitions. Among the pressing problems of sports tourism of Kazakhstan in 2019, in addition to financial, the systematic training of qualified instructors and referees should be mentioned. First of all, there are qualified judges of the competition in the nomination "route". As part of the international relations of Association of Sport Tourism Federations of Kazakhstan, in 2019 the participation of Kazakhstan teams in three international competitions and three teams won prizes was organized.

Key words: sports tourism, hiking tourism, recreational resources, tourism instructors, competitions, referees.

ГТАХР 06.52.13

ӘОЖ 33. 339

Г.У. МАКЕНОВА,¹

докторант.

А.Н. ДӘУРЕНБЕКОВА,²

э.ғ.д., профессор.

А. УАЙСОВА,³

аға оқытушы.

С.Д. УСУБАЛИЕВА,⁴

ғ.ғ.к., доцент.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті.¹

«Туран» университеті.²

Абылай-хан атындағы Қазақ халықаралық
қатынастар және әлемдік тілдер университеті.³

«Нархоз» университеті⁴

ҚАЗАҚСТАНДА КИЕЛІ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ БОЛАШАҒЫ

Аңдатпа

Мақалада Қазақстанның туристік саласы болашағы бағыттарының бірі ретінде киелі туризмді дамыту мүмкіндігі қарастырылады, оның мақсаты өңірлердің туристік тартымдылығын арттыру, сондай-ақ ішкі және шетелдік туристерді тарту болып табылады. Туризмнің киелі түрін дамыту үшін қажетті Қазақстанның он киелі тарихи-бірегей әлеуетті орны сипатталып, олардың маңыздылығына тоқталады. 2016–2019 (қаңтар) жж. Қазақстанның киелі жерлері бойынша туристер ағынын талдау және қажылық, дін мақсатында туристердің келуі қарастырылады. Авторлар құнды мәдениет объектілеріне, әртүрлі мәдениет және мәдени мұра ескерткіштеріне, діни кесенелерге, тарихи құндылығы бар және географиялық көрікті жерлерге бару туристердің киелі туризмді дамыту және мемлекеттің қасиетті жерлерін қолдау үшін іс-шараларды анықтайды деген қорытындыға келеді. Осылайша, киелі туризмнің дамуы өңір халқының әл-ауқатын арттыруға, әлеуметтік-экономикалық мәселелерді шешуге алып келеді. Ол үшін қажетті бірқатар іс-әрекеттер, сондай-ақ туристік сала өкілдерінің халықпен өзара байланысы мен өзара іс-қимылы жүргізілуі тиістігі ұсынылады.

Тірек сөздер: киелі туризм, діни туризм, қажылық, туристік тартымдылық, туристік ресурстар, экономикалық даму, бюджетке түсетін түсімдер.

Киелі туризмнің дамуын зерттеу Қазақстан Республикасы экономикасының басым бағыттарының бірі болып табылады. Бүгінде бүкіл әлемде туризм сферасы үлкен қарқынмен дами бастады. Дүниежүзілік туристік ұйымның (ДТҰ) 2018 ж. деректеріне сәйкес әлемдегі туристердің саны 1,4 млрд адамға өсті.

Туризм ұғымын көптеген отандық және шетелдік ғалымдар зерттеген, бірақ «туризм» анықтамасының бірыңғай түсіндірмесі жоқ. «Туризм», «саяхат», «туристік индустрия» ұғымдарын сипаттаймыз.

«Туристер» терминінің ресми халықаралық анықтамасын алғаш рет 1937 ж. Ұлттар лигасы ұсынды. Бұл ұйымның анықтамасы бойынша «туристер» – бұл 24 сағат және одан да ұзақ уақыт бойы саяхаттайтын адамдар және ол жерлер тұрақты тұратын жерінен ерекшеленеді.

Туристер – демалыс мақсатында саяхаттайтын, өз туысқандары мен жақындарына баратын, денсаулықтарын сауықтыратын, бизнес мақсатында іскерлік кездесулер өткізетін адамдар. Бұл анықтаманың өз кемшіліктері бар – ол ішкі туристердің есепке алынбауы [1].

Кейінірек көптеген кездесулерде, мысалы, 1950 ж. Дублиннің ресми туристік ұйымдарының халықаралық Одағында, 1957 ж. Лондонда, 1963 ж. Римде халықаралық туризм және саяхат жөніндегі БҰҰ конференциясында, 1986 ж. Манилада туризм жөніндегі конференцияда, 1989 ж. Гаагада туризм жөніндегі парламентаралық конференциясында туризмнің ұғымдық аппараттары талқыланды.

Американдық зерттеуші – ғалым Д. Джафари келесі анықтама береді: «Турист – өз тұрмысынан тыс жерлерді зерттейтін адам, адамның туристік қажеттіліктерін қанағаттандыруға ықпал ететін сала бар, олар бірігіп мәдениет, экономика және табиғатқа әсер етеді» [2].

Бүгінгі таңда ұлттық және әлемдік шаруашылықтағы жетекші сала туризм болып табылады. Бұл сала елдің әл-ауқатына тиімді әсер етеді және мемлекет байлығын арттырады. Қазір туризм саласы басқа салалармен сенімді түрде бәсекелесуде. Сондай-ақ, туризмнің сипаты экономикалық байланыстардың нарықтық аспектілерін және қоғамның даму мақсаттарының әлеуметтік бағдарын табысты ұштастырады.

Туризм – ұлттық байлықтың өсуінің және тұтас алғанда ұлттың өмірін жақсартудың маңызды факторы. Бұл жұмыс күшін тартудың маңызды саласы және жұмыспен қамтуды қамтамасыз ету факторы. Бұл индустрия жұмысты табысты жолға қойған кезде, тек жекелеген өңірлерде ғана емес, елдің барлық аумағында, тиімділігі жоғары болуы мүмкін.

2020 ж. қарай болжанып отырған әлемдегі туристік ағындардың ұлғаюы туризмнің экономикалық дамуға қосқан үлесінің артуын көрсетеді. «Tourism: 2020 Vision» болжамын әзірлеген Дүниежүзілік туристік ұйымның деректері бойынша 2020 ж. қарай әлемдік туризмнің орташа жылдық өсу қарқыны 4% болғанда, халықаралық туристік сапарлардың саны 1,6 млрд құрайды [3].

Бұл болжамдар 2019 жылы ақталды, ал күтілетін болжамдар 2030 ж. қарай 1,8 млрд адамды құрайды [3].

Дүниежүзілік туристік ұйымның болжамының нәтижелері халықаралық азаматтық авиация ұйымының (ICAO) 2005–2020 жж. арналған деректерімен расталады, яғни, жолаушылар тасымалының ұлғаюы және келетін туристердің өсуі болжанады.

Қазақстан ашық нарықтық экономикасы бар туризм мен саяхаттардың бәсекеге қабілеттілік рейтингінде өз позициясын көтеруге ұмтылады, яғни 2017 ж. Қазақстан әлемнің 136 елінің 81-ші орнында болса, әлемнің бәсекеге қабілеттілігінің жаһандық индексында 2018 ж. 140 елдің 59-шы орнын иеленді.

Республика үшін де басқа елдер сияқты рухани құндылықтарды (дін, қажылық) дамыту маңызды бағыт болып табылады. Көптеген елдер үшін, соның ішінде Қазақстан үшін басым бағыттардың бірі киелі туризмді дамыту болып табылады.

2017 ж. 30 маусымдағы Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасында «100 киелі орын» және туризм түрлері белгіленген.

Тұжырымдамада туристік бағыттардың 12 түрі ұсынылған, олар: мәдени-ағартушылық және этнотуризм, киелі немесе рухани, әлеуметтік, жастар, медициналық, іскерлік туризм, жағажай, агротуризм, аңшылық және балық аулау, кемпингтер, көлік, гастрономиялық туризм.

Нақты туризм стратегиясы ішкі туризмді, атап айтқанда аймақтық дамуды, жаңа жұмыс орындарын құруды, халық табысын арттыруды, туристік инфрақұрылымды арттыруды және т.б. мүмкіндік береді.

Туризм әлеуметтік-экономикалық факторлардың дамуына ықпал етеді. Мәдениет және спорт министрлігінің болжамы бойынша еліміздің туризм саласындағы ЖІӨ үлесі 2025 жылға дейін 1-ден 8%-ға дейін өсуі тиіс [4].

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 ж. дейінгі тұжырымдамасы негізінде «Киелі Қазақстан» Орталығы он тарихи-мәдени мұра орнын бөледі.

Орталықтың анықтамасы бойынша, киелі орындар – бұл еліміздің қасиетті жерлері, атап айтқанда: әртүрлі мәдени және мәдени мұра орындары, діни кесенелер, тарихи құндылықтары мен географиялық көрікті орындары.

Туристік ресурстарға деген сұраныс күн сайын артып келеді, ішкі және сырттан келуші туристер еліміздің ішінде жүріп, ерекше, киелі жерлермен танысады және рухани қанағат алады.

«Қасиетті Қазақстан» Орталығының мәліметтері бойынша төменде Қазақстанның киелі орындары көрсетілген.

Ұлытау, Әулиетану шыңы (Ақмешіт)
Едіге шыңы
Алтын Шоқы
Теректі әулие петроглифтері
Жұбан ана кесенесі
Айша бибі кесенесі
Бабаджа Хатун кесенесі
Домбауылға табынушылық ескерткіші
Жошы-хан кесенесі
Алаша-хан кесенесі

Сурет 1 – Қазақстан Республикасының киелі орындары [5]

Әрі қарай, республикамыздың киелі жерлерін қысқаша сипаттаймыз.

1. Ұлытау, Әулиетану шыңы (Ақмешіт) – Ұлытау тауларының шыңы, қазақша «ұлы тау» дегенді білдіреді. Бұл тауларда ежелгі көшпелілердің құпиялары бар, көшпелілердің киелі орындары жасырылған, олар – «құрметті таулар». Таулардың етегінде ежелгі бейіттер орналасқан. Ежелгі тарихты қызықтыратын туристер осы қасиетті орындарға қуана барады.

2. Едіге шыңы Ұлытау ауылының батысында орналасқан. Алтын Орданың атақты ханы Тоқтамыс осы таудың шыңына жерленген, сондай-ақ Едіге би де осында жерленген, сондықтан тау оның атымен аталған.

3. Алтын шоқы (Алтын шыңы) Қарағанды облысында Ұлытау тауларының жотасында орналасқан. Шыңның атауы Тамерлан атымен байланысты. Темірлан азаматтары науқан кезінде шыңда үлкен ескерткіш тұрғызды. Бұл ескерткіш Темірланның Алтын Орданың ханына қарсы жорығын еске түсіреді.

4. Теректі Әулиенің петроглифтері. Теректі шатқалы Қарағандыға жақын жерде (қаладан 445 км) және Жезқазғаннан 90 км жерде орналасқан. Теректің петроглифтері үңгірлердің суреттерімен әйгілі. Суреттердің ішінде жылқылардың, бұқалардың, ешкілердің, жыландардың, бұғылардың, сілеусіндердің және басқалардың бейнелері бар. Геометриялық фигуралар да бейнеленген, бұл жердің бірегейлігі, ерекше фигуралар бейнесімен суретшілер мен сәулетшілерді қызықтырады.

5. Жұбан ана (әулие) кесенесі Қарағанды облысының Жаңаарқа ауданында орналасқан. Ерекше сыртқы келбетімен ішкі және сыртқы туристерді тартады.

6. Айша бибі кесенесі Жамбыл облысында орналасқан және XII ғ. салынған. Кесенеді ою-өрнектің 60-тан астам түрі бар. Ғашықтар жұптары бұл ескерткішке тағзым етеді, кесене мыңдаған туристердің махаббат ескерткіші болып табылады. Бұл орын тек отандық емес, сонымен қатар халықаралық туристерді де қызықтырады.

7. Бабаджа Хатун кесенесі X–XI ғғ. салынған. Кесененің пайда болуы аңыздармен байланысты. Айша бибі қайтыс болғаннан кейін Бабаджа Хатун оның күтушісі және қамқоршысы болған, ал күтуші қайтыс болғаннан кейін ол кісі Айша Бибінің қасында жерленген. Айша Бибінің адал күтушісіне Бабаджа Хатун үшін Айша Бибінің жанынан тағы бір кесене тұрғызылған. Бұл кесенелер – қажылыққа барған мыңдаған мұсылмандар үшін ерекше және қасиетті орын. Мұнда миллиондаған әйелдер келіп, отбасылық бақыт пен өркендеуді сұрайды.

8. Домбауылға табынушылық ескерткіш Орталық Қазақстанда Қарағенгір өзенінің сол жағалауында орналасқан, ол VIII–IX ғғ. исламға дейінгі кезеңде діни ғұрыптар үшін тұрғызылған.

9. Жошы хан кесенесі Қарағанды облысында Улыбаус ауданында орналасқан. Бұл моңғол кезеңіндегі ерекше кесенелердің бірі. Аңыз бойынша, 1227 ж. Шыңғыс ханның ұлы Жошы ханның қабіріне кесене тұрғызылған. Мұндай аңыз көптеген туристерді қызықтырады.

10. Алаша хан кесенесі Қарағанды облысының Ұлытау аймағында, Малшыбайдың жанында орналасқан. Кесене XI–XII ғасырларда Алаш ханның құрметіне салынған. IX–X ғғ. қазақтар өздерін Алаш халықтары деп атаған.

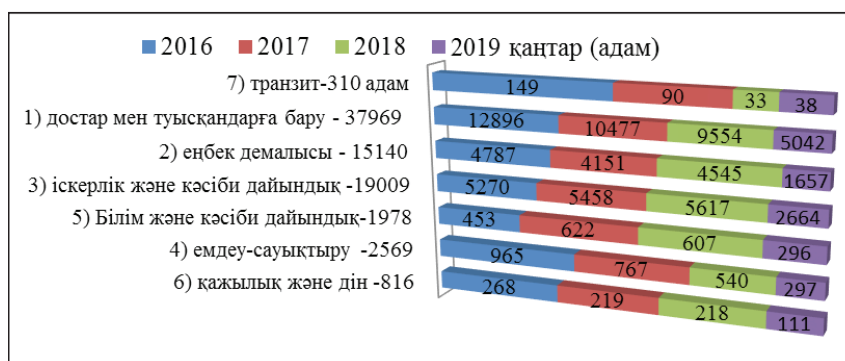
Қасиетті киелі жерлердің тартымдылығын арттыру үшін, туристер Қазақстан халқының түрлі мәдениеттерімен танысуы үшін Қазақстандағы аймақтық географиялық туристік маршрут қажет. Бұл халықаралық және отандық туристер үшін де, рухани ақпарат алудың бір әдісі болуы мүмкін.

Мемлекеттің туристік ағымы туралы мәліметтер (шығу, кіру және ішкі) берілген, 2017 ж. туристік қызмет көрсетілген келушілер саны бойынша:

- ◆ шығу – 10 260,8 мың адам – резиденттер мен резидент еместердің кетуі;
- ◆ кіру – 7 701,2 мың адам – резидент еместердің кіруі;
- ◆ ішкі – 5 572,8 мың адам – елде тұрақты тұратындар.

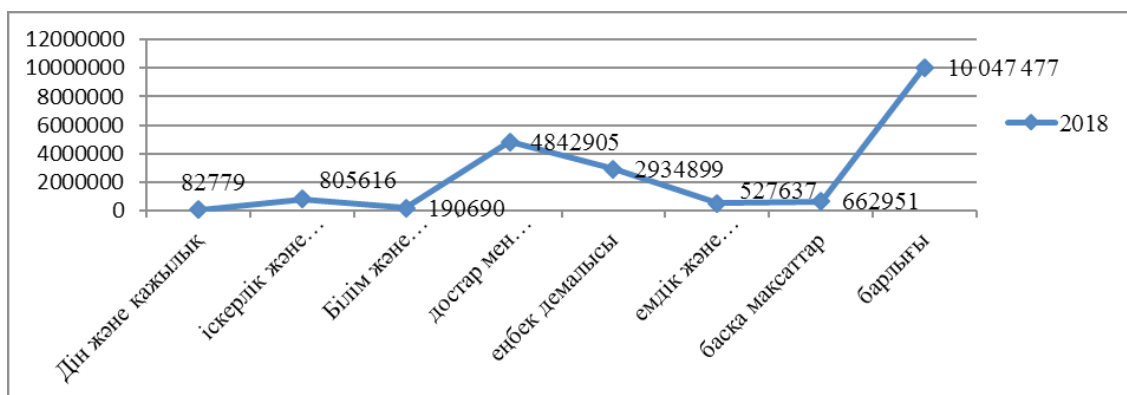
Берілген деректерде туристердің келуі мен кетуі арасындағы теріс айырманы көрсетеді (шығу туризмі 25%-ға жоғары). Егер ішкі туризммен кіруді салыстырсақ, онда біріншісі 26,4%-ға жоғары. Яғни, туристерді біздің туристік ресурстарымыз, бірегей тарихи көрікті жерлеріміз тарта бастағандығын білдіреді.

2-суретте көрсетілген деректер, соңғы уақытта туристер мен саяхатшыларды рухани (діни) орындар қызықтыратындығын көрсетеді. Осыған байланысты «діни туризм» ұғымы зерттеледі.



Сурет 2 – Келушілердің (резидент еместер) 2016–2018 жж. Қазақстанға саяхаттау мақсатымен кіруі

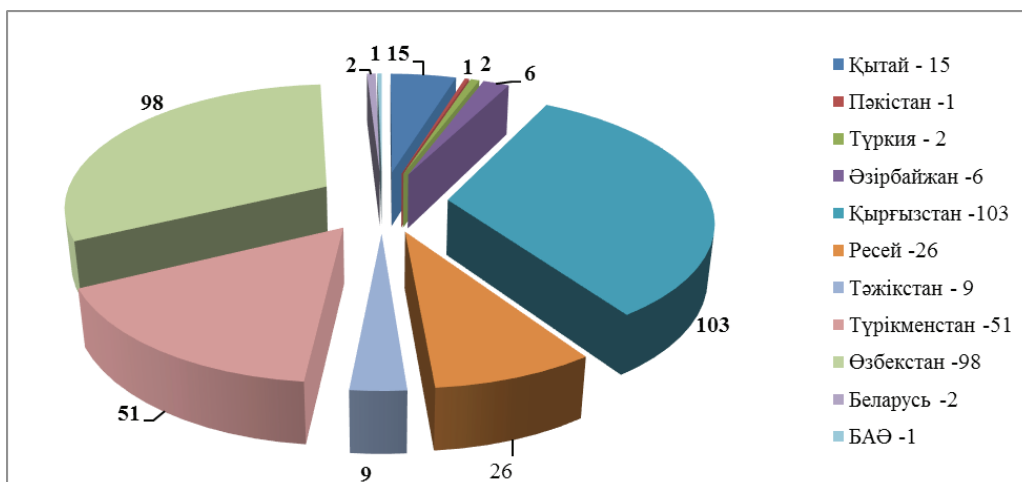
Келесі 3-суретте сапарлар мақсаттары бойынша ішкі келушілер (резиденттер) мәліметтері берілген.



Сурет 3 – Ішкі келушілерді (резиденттер) сапарлар мақсаттары бойынша бөлу

Төменде 2018–2019 жж. (қаңтар) бойынша қажылық пен дін мақсаттарымен келген туристер мен тұрғылықты елі бойынша талдау келтірілген.

4-суреттегі 2018-2019 жж. (қаңтар) мәліметтері бойынша, алыс шет елдерден келетін діни туристердің саны 19 және келуші туристер келесі елдерден: Қытай, Пәкістан, Түркия, БАӘ.



Сурет 4 – Қажылық және дін мақсаттарымен келген туристерді тұрғылықты елі бойынша бөлу, 2018–2019 жж. (қаңтар)

Жақын шетелдерден келген діни туристер саны 295 адамды құрайды, олардың ішінде саны жағынан көп келуші елдерге Қырғызстан және Өзбекстан жатады.

Осылайша, мәдени орындардың болуы шетелдік және отандық туристерді қажетті деңгейде қызықтырмайды. Негізгі кемшіліктеріне – киелі, қасиетті нысандар туралы ақпараттылықтың жоқтығы, мәдени іс-шараларды туристік ұйымдардың өткізбеуі, халық арасында экскурсиялардың нашар өткізілуі. Аталған кемшіліктердің орын алуы жалпы туризм индустриясының дамуына кедергі келтіреді және нәтижесінде бюджетке түсетін капитал мөлшері де төмендейді.

Бүгінгі таңда туристердің, атап айтқанда киелі туризмнің өсуін арттыру бойынша көптеген жұмыстар атқарылды. Мемлекет басшысының «Болашаққа көзқарас: қоғамдық сананы жаңғырту» мақаласында үлкен жұмыстар басталып кетті, соның бірі – «Қазақстанның қасиетті географиясы» жобасын жүзеге асыруда. ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұра тізіміне бірегей мәдени ескерткіштер, кесенелер, петроглифтер, сондай-ақ табиғи мұра ескерткіштері енгізілді.

Жалпы, туризм шетел валютасының негізгі көзі және ел үшін экспортты әртараптандырудың негізгі құралы болып табылады, дамудың экономикалық факторы.

Әлемдік (ішкі және халықаралық) халықаралық туризмнен түсетін кірістер 2018 ж. нақты көріністе 4%-ға артып, 1 448 млрд долларға жетті, бұл өткен жылмен салыстырғанда шамамен 100 млрд долларға артық (6,5%). 2018 ж. өзгеріс халықаралық туристер санының 6%-ға өсуімен байланысты [4].

Біздің ойымызша, мемлекеттер тек табиғи ғана емес, сонымен қатар мәдени ресурстарды пайдалана отырып, әл-ауқатқа ұмтылуға тиіс деп есептейміз. Бүгінгі таңда «Түркістан өңірі» халықаралық деңгейдегі мега жоба жұмысын бастап кетті. Түркістан (Яссы) рухани құндылықтардың орталығы болып табылады, «екінші Мекке», жобаның басталуы оңтүстік аймақтың инфрақұрылымы мәселелерін шешеді, бүкіл әлемнің халықаралық туристерін тартады [6].

Осылайша, туризм саласын дамыту экономиканың дамуына серпін береді.

Авторлардың ойынша, еліміздің аймақтарындағы киелі туризмді дамыту үшін келесі қадамдар қажеттігі туындайды:

- 1) өңірлердің маңыздылығын арттыру үшін ғылыми зерттеулер қажет;
- 2) бірегей қасиетті объектілер орналасқан аймақтарда туризмнің осы түрін дамыту қажеттігі туралы ақпаратты халыққа жеткізу;
- 3) Қазақстанда аймақтық тарихи-киелі географиялық бағыт құру.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Holloway J.Ch. The Business of Tourism. London: MacDonald & Evans, 1985.
- 2 Jafari J. Editor's Page // Annals of Tourism Research. Special Number. October/December, 1977. P. 8.
- 3 Tourism: 2020 Vision. P. 10: <http://unwto.org/statistics/index.htm>.
- 4 UNWTO. Tourism Highlights. 2018 Edition: [/www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876](http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876).
- 5 10 сакральных мест Казахстана: <https://www.zakon.kz/4922826-10-sakralnyh-mest-kazahstana.html>.
- 6 Сабден О. Неоиндустриальная модель экономического развития и формирование перспективных инновационных кластеров. – Вена, Австрия, 2014. – С. 62.

Аннотация

В статье рассматривается возможность развития в Казахстане сакрального туризма как одного из перспективных направлений туристской отрасли, целью которого является повышение туристской привлекательности регионов, а также привлечение внутренних и иностранных туристов. Охарактеризованы десять сакральных исторически уникальных потенциальных мест Казахстана, необходимых для развития сакрального туризма, описывается их значимость. Проведен анализ потоков туристов по сакральным местам Казахстана и распределения въездных туристов с целью паломничества и религии и по странам проживания за 2016–2019 (январь) гг. Авторы приходят к выводу, что посещение ценных объектов культуры, различных памятников культуры и культурного наследия, религиозных мавзолеев, мест с историческими ценностями и географических достопримечательностей туристами определяет мероприятия для развития сакрального туризма и поддержки государством святых мест. Таким образом, развитие сакрального туризма ведет к увеличению благосостояния населения регионов, к решению социально-экономических вопросов. Для этого должен проводиться ряд необходимых мероприятий, осуществляться взаимосвязь и взаимодействие представителей туристской отрасли с населением.

Ключевые слова: сакральный туризм, религиозный туризм, паломничество, туристская привлекательность, туристские ресурсы, развитие экономики, поступления в бюджет.

Abstract

This article discusses the possibility of development of sacred tourism in Kazakhstan as one of the promising areas of the tourism industry, the purpose of which is to increase the tourist attractiveness of the regions, as well as attracting domestic and foreign tourists. Ten sacred historically unique potential places of Kazakhstan, necessary for the development of the sacred type of tourism, were characterized, their significance were described. The analysis of the flow of tourists to the sacred places of Kazakhstan and the distribution of incoming tourists for the purpose of pilgrimage and religion and the countries of residence for 2016–2019 is considered. The authors of this article come to the conclusion that visiting valuable cultural objects, various monuments of culture and cultural heritage, religious mausoleums, places with historical values and geographical attractions by tourists determine the activities for the development of sacred tourism and state support for sacred places. Thus, the development of sacred tourism, which leads to an increase in the welfare of the population of the regions, to the solution of social and economic issues should be given a number of actions necessary in our opinion, as well as the relationship and interaction of representatives of the tourism industry with the population.

Key words: sacred tourism, religious tourism, pilgrimage, tourist attraction, tourist resources, economic development, budget revenues.

ТРИБУНА МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ

IRSTI 06.51.25.

UDC 824.3.025

A.A. IZTAYEVA,¹

PhD student.

S.K. NURYMOVA,²

PhD student.

KazNU name of Al-Farabi.¹

Institute of Economics, Committee
of Science, Ministry of Education and Science
of the Republic of Kazakhstan²

ANALYSIS OF STRATEGIC AND TACTICAL MEASURES FOR DEVELOPMENT OF ECONOMIC ACTIVATION OF INVESTMENT PROCESS

Abstract

Development of economy of Kazakhstan substantially depends on the investments involved to the country and their rational use. The foreign capital is one of the most important sources of investment of economy of Kazakhstan as he is capable to give an impulse of restructuring of economy, to overcoming scientific and technical lag, to lay the foundation for expansion of innovative processes, creation of new market organizational and economic institutes and market infrastructure. The involvement of the foreign capital in development of national economy is caused by objective regularities of participation of the country in the international division of labor and free capital flow in the world economic space. The investment policy of Kazakhstan is the most important type of economic policy of strategic and tactical measures for development of economic activation of investment process. This type of policy is designed to create material conditions for development of all spheres of activity of regions of the republic. As a main goal of regional social and economic policy it is necessary to consider increase in level and quality of life of the population on the basis of the sustainable and balanced development of economy. Theoretical justification of priority of investment policy follows from the known models of economic growth. The majority of models of growth recognize that increase in actual volume of release happens, first of all, under the influence of growth of major factors of production – work, the physical capital, the human capital and also level of technological development.

Key words: foreign capital, investments, economic activity, investment funds, market infrastructure, regions, growth models, technological development.

The value of the foreign investment for economy of Kazakhstan should not be limited only to possibilities of an access to international markets, but also the achievement of the internationalized industry structure of economy in long-term perspective. The territory of the country is large, but has insufficiently developed infrastructure. Current infrastructure requires an evolution, by rebuilding it in some cases and building from scratch on the other. The main purpose of foreign investment should be to create conditions for human development – through the use of natural resources of the republic by foreign investors. Thus, being interested in attraction of foreign investment, creating favorable conditions for its investment, the state has to resolve many issues in this area.

The participation of foreign capital in the development of the national economy is due to the objective laws of the country's participation in the international division of labor and free capital flows in the global economic space. The history of the world economy, in particular the economies of developing countries, convincingly shows that the attraction of foreign investment into the economy becomes a keystone to their economic growth. For each percent of GDP growth, a country that solves the problems of economic growth should direct at least 3% of GDP to industrial investments.

When analysing stages of economic growth of industrialized countries such as the USA, Germany, Japan, France, Great Britain, etc., it is easy to notice, that in the last decades almost in all cases the periods of the greatest investment activity were the same as the periods of the highest rates of economic growth.

Increased investment activity also connected the well-known economic phenomenon of the last period with the emergence of the “new industrial countries” of Asia: South Korea, Taiwan, Singapore, Hong Kong. Because of investments in these countries, stable economic structures with large dynamic export potential were created in a short time. These economies are able to quickly adapt to the changing conditions of the world market and transfer to a wide front of development of modern high-tech industries. With this in mind, it can be concluded, that the investment factor was not adequately reflected in the programs of stabilization and recovery of the economy of Kazakhstan and many other CIS countries.

Rather, this is due to an underestimation of the role of investments in the economy and the methodologically erroneous point of view that after achieving financial stabilization in the economy and reducing inflation, the investment activity of enterprises will spontaneously revive [1].

For all the variety of forms and principles of attracting international capital, capital imports for developing countries are becoming a powerful catalyst for accelerating social and economic growth. In particular, its use with natural resources is attractive and effective, the development of which requires significant amount of funds and which can give much greater and guaranteed effect.

Obviously, the lack of own investment resources, which is accompanied by the investment crisis, means for developing countries that the import of foreign capital and investment is almost the only chance to solve the problem.

This can be seen by referring to a review of the situation with other sources of investment in the CIS countries during the economic crisis. Monetary policy for the transition from a planned inefficient and uncompetitive economy to a market economy, along with rather high income taxes, has led to the fact that the latter cannot act today as a serious source of investment, since it is entirely used for current consumption. In addition to the economies of the CIS countries, a third are unprofitable enterprises, and given the fact that many enterprises mainly survive due to rising prices, this share reaches to 66%. The government of Kazakhstan for the study of funds for financing the structural modernization of the economy with a low level of investment activity of domestic enterprises as the priority area identified the attraction of foreign capital. To realize this priority, among the priorities, the creation of conditions is being promoted to stimulate the inflow of foreign capital into the country, to give the necessary focus and subordinate to the national interests the already ongoing process.

As a result of the production of certain types of products, including high-end technology, new industrial countries have reached the forefront in the global economy. Due to foreign investment, the record size of the economy was reached in Indonesia. About 22% of all investment in the Indonesian economy comes from foreign investment. Brazil also owes foreign investment in development. About 30% of industrial production, mostly in its main branches of engineering, metallurgy, chemistry and petrochemistry, accounted for foreign and joint ventures. At the same time, the participation of international capital is significant not only in the economies of developing countries, but also in industrialized countries. For example, the accumulated volume of foreign direct investment, from 1976 to 90s increased in the United States by more than 20 times.

In the complex of strategic and tactical measures for the development of the economy the activation of the investment process and the attraction of foreign investors should play a very important role. Even though, some economists state that the preferable recovery scheme of economy is when it is carried out on country's internal resource base, without the help of foreign capital or borrowings. As the world-famous expert on the formation of competitive economies Michael Porter correctly noted: “...wide foreign investments usually indicate that the process of increasing the competitiveness of the economy of this country is not proceeding in a completely healthy way ...Investing in foreign capital Once a visit to a country does not solve the problem of ensuring the competitiveness of this country”.

Importing countries of foreign capital are interested in attracting foreign investment for the following reasons: the general lack of funds to finance the country's economic recession, the need to increase the level of employment, overcoming the balance of payments deficit, and others.

Medium and developed countries attract foreign capital to improve the regional structure of the economy, obtain new equipment and technologies, and increase competitiveness.

Portfolio investments made through the acquisition by foreign investors of stocks, shares and other securities to own property in the country subject to capital investments, although this form of

investment makes up less than 10% of the authorized capital and does not provide investors with the right to fully control or own the enterprise. The sale of shares to the state, since it allows the country to receive foreign funds, they could be used to both pay off external debt and to finance highly efficient investments in priority sectors of the national economy. Portfolio investments can take a leading place in the economy of the Republic of Kazakhstan, but currently this form of investment does not attract enough foreign investors [2].

The rent or concession, that is, the granting to any foreign entrepreneur of economic activity the right to long-term lease conditions. In the modern period, the concession has not received proper development in Kazakhstan and the Law “On Concession” [3] does not apply in the republic.

It is worth noting the role of the importance of portfolio investment in the Republic of Kazakhstan. Attracting portfolio investment for a developing country is possible in two ways:

- ♦ the state and large national enterprises enter the global securities market as issuers of securities (government bonds, corporate securities);

- ♦ attraction of foreign capital for investment purposes in the domestic market of national securities.

In the first case, foreign investment is carried out in the form of investments in securities of the investing country. Issue and investment are carried out on the international securities market. Investments in securities include investments in bonds, stocks and commercial papers. The main place among them is held by bond markets.

Bonds issued by foreign borrowers through large banking institutions in national bond markets in order to attract financial resources of local investors. The issue of foreign bonds is concentrated on the national stock markets of four countries: the USA, Switzerland, Japan and Germany.

The Eurobond market has emerged and has become an increasingly important source of raising financial resources since 1964. A feature of Eurobonds is its nominal and market value, determined in foreign currency. In contrast to external loans, euro loans are realized in the markets of several countries. They are issued for a period of 5 to 40 years.

The second way to attract portfolio investment is to attract foreign investors to the domestic stock market, a more potential way to attract foreign capital.

The third way to attract portfolio investment is to attract foreign investors to the domestic market.

Unfortunately, this form of foreign investment is currently not used for the simple reason that foreign investors are not able to invest “portfolio” investments in Kazakhstan as a result of the presence of a number of negative factors specific to the situation, which developed in the economy of the republic.

The sectoral structure of foreign investment largely reflects the real situation of Kazakhstan in the international division of labor, which acts as an exporter of raw materials and products and as an importer of technology, primarily designed for consumer demand. At the same time, the sectoral structure of investments also indicates which categories of foreign investors are ready to make direct investments in the first place, despite the rather high risks. They include:

- ♦ the largest multinational companies considering investments in Kazakhstan as a way to gain access to its resources and the domestic market;

- ♦ medium and small foreign capital attracted in the Republic of Kazakhstan with super-high profitability and quick payback period of individual projects that do not require high capital costs, primarily in the field of trade, construction and services.

The investment potential of the republic is naturally distributed in five main areas [2]:

- ♦ Central-Eastern zone (Karaganda, East Kazakhstan, Pavlodar regions) concentrates more than 30% of the investment potential of Kazakhstan. Here, the most interesting for investors are coal mining, electricity, ferrous and non-ferrous metallurgy, heavy engineering;

- ♦ South-East zone (Almaty and Almaty region) – it accounts for about 25% of the investment potential of the republic. In this zone, the food, light, pharmaceutical industries and mechanical engineering are developed;

- ♦ Northern zone (Astana, Akmola, Kostanay and North Kazakhstan regions) – 18% of the investment potential of Kazakhstan. This zone has the most advantageous transport geographical location and developed economic infrastructure. Bauxite and iron ore are mined here. Agriculture is also of interest to the investor;

♦ Western zone (Aktobe, Atyrau, Mangistau and West Kazakhstan regions) – 16% of the republican potential. First of all, it is a zone of oil and gas resources and oil and gas production, whose role in the economy of Kazakhstan is constantly growing;

♦ Southern zone (Kyzylorda, Zhambyl and South Kazakhstan regions) – 11% of the total potential. It has developed agriculture, oil refining, food and chemical industries, gold and barite are mined.

Attracting investment in the economy of the regions is carried out by creating a favorable investment climate. The investment climate of the regions is common for all or most of the investors operating in a particular territory. The opportunities and conditions for doing business and achievements are more integral than this. The idea of the investment climate of the regions is directly related to the assessment of their investment potential, which consists of the sum of objective prerequisites for investments, depending on the presence and diversity of areas and subjects of investment, and on their main economic characteristics. It can be solved in the most rational way by increasing the investment attractiveness of this region for potential investors, that is, the main goal is to optimize the necessary conditions for investment, which determine the choice of an investor in relation to a particular investment, since it can be a separate project, the enterprise as a whole, a corporation, a city, region, country.

Achievement of goals is carried out on the basis of integration of efforts of the state and the business sector of the economy, acceleration of the introduction of modern investment and financial mechanisms for attracting private and foreign capital in the field of science and technology [4].

In order to stimulate the inflow of foreign investments and financial control over their use, it is necessary to increase the effectiveness of the state regulation mechanism for attracting foreign aid, which includes an organizational structure for managing foreign investments and a wide range of legal and economic means used by specialists of this structure; improve the system of insurance and reinsurance of risks; establish high-quality and timely information support for foreign investors; For the implementation of a number of other measures, but most importantly, the investment policy of the Republic of Kazakhstan should be flexible, pragmatic and consistent with current domestic and foreign economic realities [5].

LIST OF LITERATURE

1 Назарбаев Н.А. Стратегия «Казakhstan–2050» // Казахстанская правда. – 2012. – 15 декабря: <http://ranking.kz/>.

2 Анализ инвестиций в основной капитал в Республике Казахстан и странах-членах ЕЭП. – Астана: АО «Казахстанский институт развития индустрии», 2013. – 16 с.

3 Официальный сайт АО «Инвестиционный фонд Казахстана»: <http://ifk.kz/>.

4 Статистический ежегодник Казахстана = Statistical Yearbook of Kazakhstan: статистический сборник / под ред. А.А. Смаилова. – Алматы: Агентство Республики Казахстан по статистике.

5 Aidarova N.B., Dosmuratova E.E. Problems of attracting and use foreign investments in Kazakhstan // Вестник университета «Туран». – 2019. – № 1(81). – С. 17–22.

Аңдатпа

Қазақстан экономикасының дамуы елге тартылған инвестицияларға және олардың ұтымды пайдалануға едәуір дәрежеде байланысты. Шетелдік капитал Қазақстан экономикасын инвестициялаудың маңызды көздерінің бірі болып табылады, өйткені ол экономиканы қайта құрылымдауға, ғылыми-техникалық артта қалуды еңсеруге, инновациялық процестерді кеңейтуге, жаңа нарықтық ұйымдық-экономикалық институттар мен нарықтық инфрақұрылым құруға бастама бере алады. Шетелдік капиталдың ұлттық экономиканы дамытуға қатысуы елдің халықаралық еңбек бөлінісіне қатысуының объективті заңдылықтарымен және капиталдың әлемдік экономикалық кеңістікте еркін орын ауыстыруымен байланысты. Қазақстанның инвестициялық саясаты инвестициялық процесті экономикалық жандандыруды дамыту жөніндегі стратегиялық және тактикалық шаралардың экономикалық саясатының маңызды түрі болып табылады. Саясаттың бұл түрі республика өңірлерінің тыныс-тіршілігінің барлық салаларын дамыту үшін материалдық жағдай жасауға бағытталған. Өңірлік әлеуметтік-экономикалық саясаттың басты мақсаты ретінде экономиканың орнықты және теңгерімді дамуы негізінде халықтың өмір сүру деңгейі мен сапасын арттыруды қарастырған жөн. Инвестициялық саясаттың басымдылығын теориялық негіздеу экономикалық өсудің белгілі үлгілерінен

келеді. Өсу үлгілерінің көпшілігі шығарылымның нақты көлемінің ұлғаюы, ең алдымен, өндірістің негізгі факторлары – еңбек, физикалық капитал, адами капитал, сондай-ақ технологиялық даму деңгейі өсуінің әсерінен болып отыр.

Тірек сөздер: шетелдік капитал, инвестициялар, экономикалық белсенділік, инвестициялық қорлар, нарық қорлары, өңірлер, өсу үлгілері, технологиялық даму.

Аннотация

Развитие экономики Казахстана в значительной степени зависит от привлеченных в страну инвестиций и их рационального использования. Иностранный капитал является важным источником инвестирования экономики Казахстана, поскольку он дает импульс для реструктуризации экономики, преодоления научно-технического отставания, расширения инновационных процессов, создания новых рыночных организационно-экономических институтов и рыночной инфраструктуры. Участие зарубежного капитала в развитии национальной экономики обусловлено объективными закономерностями участия страны в международном разделении труда и свободным перемещением капитала в мировом экономическом пространстве. Инвестиционная политика Казахстана является важнейшим видом экономической политики стратегических и тактических мер по развитию экономической активизации инвестиционного процесса. Этот вид политики призван создать материальные условия для развития всех сфер жизнедеятельности регионов республики. В качестве главной цели региональной социально-экономической политики следует рассматривать повышение уровня и качества жизни населения на основе устойчивого и сбалансированного развития экономики. Теоретическое обоснование приоритетности инвестиционной политики следует из известных моделей экономического роста. Большинство моделей роста исходят из того, что увеличение реального объема выпуска происходит прежде всего под влиянием роста основных факторов производства – труда, физического капитала, человеческого капитала, а также уровня технологического развития.

Ключевые слова: иностранный капитал, инвестиции, экономическая активность, инвестиционные фонды, рыночная инфраструктура, регионы, модели роста, технологическое развитие.

IRSTI 06.73.65
UDC 368.1

N.A. AINAKUL,¹
PhD student.
S.K. NURIMOVA,²
PhD student.
Turan University.¹
Institute of Economics,
Committee of Science,
Ministry of Education and Science
of the Republic of Kazakhstan²

ECOSYSTEM OF INNOVATION: CONCEPT AND CHARACTERISTICS

Abstract

This article discusses the concepts of the innovation ecosystem given by various organizations and authors. The basic elements of innovation ecosystems and their relationships at various stages of the innovation life cycle are highlighted. The main features and characteristics inherent in the innovation ecosystem are identified. Various approaches to structuring the innovation ecosystem are considered, as well as determining factors for success and signs of the efficiency of the innovation ecosystem. The article reveals the possibilities of the economy that become available as a result of the development of an innovative ecosystem. The role of universities in the formation and development of the innovation ecosystem is touched and a systematic approach to the innovation ecosystem is shown. Thus, summing up, it can be noted that the problem of the development and effective functioning of the innovation ecosystem is fundamentally multifaceted and should be addressed comprehensively, using all available potential, both in terms of business structures, including educational institutions, and state and quasi-state organizations. Particular attention is paid to the study of innovative ecosystems as integral entities that influence the development of socio-economic conditions of the country. It is concluded that the nature of the innovation ecosystem is diverse and the need to use an integrated approach to solving the problem of developing an innovative ecosystem.

Key words: innovation ecosystem, entrepreneurship, knowledge economy, innovation culture, ecosystem features, research methods, integrated approach.

The concept of ecosystem has historically been inherent in the biological sphere. The biological ecosystem is a complex set of relationships between living organisms, the environment and living conditions in a certain territory, the functional purpose of which is to maintain an equilibrium steady state [1]. At the same time, simple biological ecosystems are part of a more complex organization, thereby forming the biosphere. Over time, the use of the term “ecosystem” has become expedient in relation to communities characterized by similar functions and structure. Later, the concept of ecosystem began to be used in economic sciences. In general, according to the definition of L. Bertalanfi’s complex systems, ecosystem is a complex self-organizing, self-regulating and self-developing system.

In 2005, Charles W. proposed the concept of an innovative ecosystem to create conditions that enhance the competitiveness of enterprises in the national and regional economies. The concept is centered on the idea of innovation as a process of transforming research into a marketable product or service that requires a lot of collective effort from participants: companies, universities, research companies, venture funds, and the like. An innovative ecosystem formalizes these efforts, allowing for a synergistic effect. An innovation ecosystem is a term used to describe the large and diverse array of actors and resources that contribute to the emergence of continuous innovation in today’s economy.

The concept of an innovation ecosystem is often used to emphasize the emergence of innovations as a result of the interaction of various actors and to distinguish them from national innovation systems and policies.

While ecosystems are a common context for doing business in some industries, such as software and communications technology, ecosystem research is underdeveloped and under-theorized.

According to Schumpeter, the concept of innovation ecosystem refers primarily to successful innovation regions (Silicon valley, Bangalore), successful ICT platforms (iPhone, Android) or new industries (cloud computing), and entrepreneurs and investors around the world who seek to jump on the bandwagon of success [2].

The author L. Kopeikin considers the term “innovation ecosystem” as a set of conditions that ensure the successful creation and development of enterprises [3]. Another definition reads: “An innovation ecosystem is a complex relationship between entrepreneurs and institutions... For the functioning of the ecosystem, it is important to have a culture of entrepreneurship, which is valued in society, namely the acceptance of risk and failure, trust between entrepreneurs and institutions, success stories as a result of hard work» [4].

The Russian venture company provides the following definition of the innovation ecosystem: “...a complex interconnected system of organizations of various forms of ownership, state institutions, legislative and other incentives, social relations, services and practices, in which the most effective way is the process of turning innovative engineering ideas into successful high-tech companies”.

An innovation ecosystem can also be defined as a community (or network community) that acts as a catalyst for the interaction of participants for the transformation, exchange, dissemination and effective distribution of knowledge and other resources [5].

The innovation ecosystem is characterized by the presence of various interactions and relationships between several organizations in the field of innovation. The ecosystem as a multi-level phenomenon makes it difficult for a company to manage innovation development singly, and as a consequence, one of the characteristics of an innovation ecosystem is the presence of large groups of participants. Therefore, success in the ecosystem requires new strategic thinking – both cooperation and competition. In support of this idea, the Supreme body EUREKA High Level Group in its recommendations on the management of innovation policy of the European Union argues that the development and support of the innovation ecosystem require “5S”: cooperation(cooperation), competition(competition), complexity (complexity), competence (competence) and communication (communication).

A key success factor and at the same time the competence of the ecosystem is the ability of the company to manage dynamic strategic relationships related to innovation. For many companies, the attempt to enter the innovation ecosystem turns into a costly failure. This is due to the fact that along with new opportunities, innovation ecosystems also present a new set of risks. Therefore, the defining characteristic of the innovation ecosystem is the ability to adapt and develop through repetitive cooperation, conflicts and compromises, changes in the positions of participants and the creation of new roles.

Successful innovation systems tend to be characterized by an active knowledge economy, including academic, public and business sectors of research, and activities for effective commercialization. All this is supported by the flexible mechanisms of the state policy. In addition, successful innovation ecosystems also need a culture of innovation based on interaction, openness to international opportunities.

Bill Kaulitz of the mit center for entrepreneurship has identified seven “links” that make up the innovation ecosystem. The most important, in his opinion, is culture and entrepreneurs.

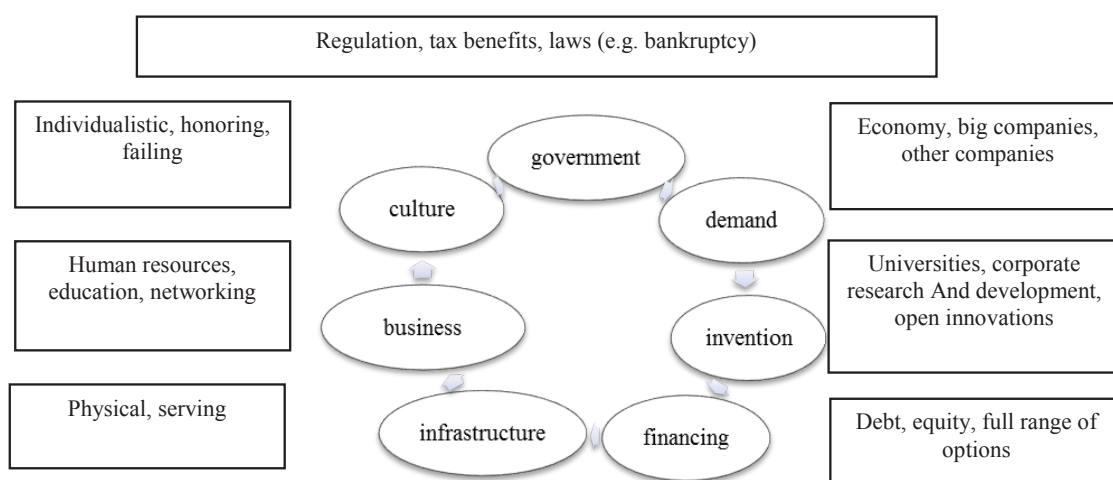


Figure 1 – A systematic approach to the innovation ecosystem [1]

In this context, the innovation ecosystem includes:

- ◆ material resources (financing, equipment, facilities, etc.);

♦ human capital (students, teachers, employees, industry researchers, industry representatives, etc.) that represent institutional organizations involved in the ecosystem (universities, engineering colleges, business schools, companies, venture capitalists, industry research institutes, competence centers, as well as state and/or local organizations for economic development and business support, financial agencies, authorities, etc.).

The presented components of the innovation ecosystem are inextricably linked and the financial network in the innovation ecosystem is identified as a key success factor in supporting participants are of particular importance in achieving the goal of the innovation ecosystem.

Functionally, the innovation ecosystem consists of two separate but largely distant economic subsystems – the knowledge economy, which is determined by basic research, and the commercial economy, which is determined by the market. The two subsystems are loosely linked because the resources invested in the knowledge economy must be processed and produced from the commercial subsystem.

Another feature is that the objects in the ecosystem are either geographically localized or strategically linked by a focus on the development of a particular technology. Silicon valley is the best known example of a geographically localized (regional) ecosystem. Successful examples of innovative ecosystems at the national level are the innovation system of Finland, USA, Canada, Japan; regional-MIT (Massachusetts University), Silicon Valley (Stanford University), new Jersey (Princeton University); corporate-IBM, Microsoft, Google, etc.

The degree of flexibility and dynamism, the openness of the ecosystem, and the scale and quality of its interactions and relationships provide important evidence of the “health” of the innovation ecosystem and the contribution that the innovation ecosystem can potentially make to the region and its innovation activities. It should be noted that the innovation ecosystem cannot exist without the global economy, since it is from it that the demand for innovation and change comes, and the global economy without the innovation ecosystem is doomed to stagnation and degradation, because the innovation ecosystem accumulates a key creative resource.

E. Utkin believes that the core of the ecosystem should be a large company. For regional innovation ecosystems, this is necessary to provide a link to global business competition. Other authors argue that the innovation ecosystem of the regional level should be built around the University, as the University has the opportunity to train and raise scientists and innovation managers, as well as to create a community in which ideas will be exchanged and investors will be attracted in order to commercialize innovations. In any case, it is obvious that the creation of an innovation ecosystem emphasizes the need to stimulate the creation, interaction and innovation of startups around the so-called knowledge centers, regardless of where they are localized – on the basis of universities or companies. A business ecosystem operates in an existing business context using available resources. The innovation ecosystem focuses on creating creative and modern business opportunities.

An effective innovation ecosystem enables entrepreneurs, companies, universities, research organizations, investors, and government agencies to collaborate effectively to maximize the economic impact and potential of their research and innovation. In other words, to launch an innovative growth model, the economy needs not only a modern infrastructure (research centers, technology parks, development institutions, etc.), but, above all, a horizontal network environment of communications between all sectors and organizations. The presence of such an environment contributes to the self-education of various innovative ecosystems, the totality of which forms the innovative landscape of the territory, where powerful flows of new knowledge originate and circulate on the basis of the interweaving of different network environments. The growth of the innovation ecosystem is possible due to the correct regulation of corporate taxation parameters, subsidies to small innovative enterprises, regulation of intraspecific competition and the absorption coefficient of small innovative enterprises by corporations.

Thus, the concept of innovation ecosystem was proposed as a tool for creating conditions that increase the competitiveness of organizations in national and regional economies. A successful innovation ecosystem is driven by the harmony between the knowledge economy and the commercial sector. With the effectiveness of these sectors, innovative countries, regions, platforms, new industries, industries and companies emerge, which directly represent a successful innovation ecosystem.

For the functioning of the ecosystem, it is important to have a culture of entrepreneurship, trust between entrepreneurs and institutions, success stories. Another factor in a successful innovation ecosystem is the development of a networked community for the transformation, exchange, dissemination and efficient distribution of knowledge and other resources.

From a managerial point of view, success in the ecosystem requires both cooperation and competition, the ability of a company to manage dynamic strategic relationships related to innovation, the ability to adapt and develop, and openness to international opportunities. The degree of development of these features is an important indication of the “health” of the innovation ecosystem. There are different views on the importance of an element in an innovation ecosystem. However, the most important condition is the presence of knowledge centers, regardless of where they are localized – on the basis of universities or companies. And to launch an innovative growth model, the economy needs, first of all, a horizontal network environment of communications between all sectors and organizations.

LIST OF LITERATURE

- 1 What is an Innovation Ecosystem? By Deborah J. Jackson National Science Foundation, Arlington, VA: http://erc-assoc.org/sites/default/files/download-files/DJackson_What-is-an-Innovation-Ecosystem.pdf.
- 2 Jorn Bang Andersen. What Are Innovation Ecosystems and How To Build and Use Them/: <http://www.innovationmanagement.se/2011/05/16/what-are-innovation-ecosystems-and-how-to-build-and-use-them/>.
- 3 Копейкина Л. Ecosystem for innovative business // The AngellInvestor. 2008. P. 10–13.
- 4 Savzihanova S.E. Innovation ecosystem to support entrepreneurship // Journal of Creative economy. 2015. Volume 9. No 11. P. 1415–1422.
- 5 Yakovleva A.Yu. Factors and models of formation and development of innovative ecosystems: abstract. ... kand. econ. sciences. – M.: Publishing house of HIGHER school of Economics, 2012.

Аңдатпа

Мақалада әр түрлі ұйымдар мен авторлар ұсынған инновациялық экожүйенің тұжырымдамалары қарастырылады. Инновациялық экожүйенің негізгі элементтері және олардың инновациялық өмірлік циклдің әр түрлі кезеңдеріндегі байланыстары бөлектелген. Инновациялық экожүйеге тән негізгі белгілер мен сипаттамалар анықталған. Инновациялық экожүйені құрылымдаудың әр түрлі тәсілдері қарастырылған, сонымен қатар инновациялық экожүйенің тиімділік белгілері мен жетістік факторлары анықталған. Мақалада инновациялық экожүйенің даму нәтижесінде қол жетімді болатын экономиканың мүмкіндіктері туралы айтылады. Инновациялық экожүйенің қалыптасуы мен дамуындағы университеттердің рөлі жайында айтылып, инновациялық экожүйеге жүйелі көзқарастың қалыптасқаны көрсетілген. Қорытындылай келе, инновациялық экожүйенің дамуы мен тиімді жұмыс істеу проблемасы түбегейлі көп қырлы екендігін және бизнес құрылымдар, оның ішінде білім беру мекемелері, сондай-ақ мемлекеттік және квазимемлекеттік ұйымдар тұрғысынан барлық қолда бар әлеуетті пайдалана отырып, жан-жақты шешілуі керек екенін атап өтуге болады. Инновациялық экожүйелерді елдің әлеуметтік-экономикалық жағдайларының дамуына әсер ететін интеграциялық субъектілер ретінде зерттеуге ерекше көңіл бөлінеді. Қорытындылай келіп, инновациялық экожүйенің табиғаты әр түрлі және инновациялық экожүйені дамыту мәселесін шешуде интегралды тәсілді қолдану қажеттілігі туралы тұжырым жасалды.

Тірек сөздер: инновациялық экожүйе, кәсіпкерлік, білім экономикасы, инновациялық мәдениет, экожүйе белгілері, зерттеу әдістері, интегралды тәсіл.

Аннотация

В статье рассмотрены понятия экосистемы инноваций, данные различными организациями и авторами, выделены базовые элементы инновационных экосистем и их взаимосвязей на различных этапах жизненного цикла инноваций, определены основные признаки и характеристики, присущие экосистеме инноваций. Рассмотрены различные подходы к структурированию инновационной экосистемы, а также приведены определяющие факторы успешности и признаки эффективности экосистемы инноваций. В статье раскрываются возможности экономики, которые становятся доступными в результате развития инновационной экосистемы, затронута роль университетов в становлении и развитии инновационной экосистемы и показан системный подход к экосистеме инноваций. Делая выводы, можно отметить, что проблема развития и эффективного функционирования инновационной экосистемы имеет в своей основе многоплановый характер и должна решаться комплексно, путем использования всего имеющегося потенциала как в предпринимательских структурах, включая и образовательные учреждения, так и в государственных и квазигосударственных организациях. Особое внимание в статье уделено исследованию инновационных экосистем как целостных образований, оказывающих влияние на развитие социально-экономических условий страны. Сделан вывод о многоплановости характера инновационной экосистемы и необходимости использования комплексного подхода при решении проблемы развития инновационной экосистемы.

Ключевые слова: инновационная экосистема, предпринимательство, экономика знаний, культура инноваций, признаки экосистемы, методы исследования, комплексный подход.

МРНТИ 06.54.51
УДК 338.121

Н.В. КРАЗЕ,¹

к.э.н., доцент.

У.С. АЛИМБЕТОВ,²

д.э.н., профессор.

Б.С. БИТЕНОВА,³

докторант.

Е.А. САМУСЕНКО,¹

ст. преподаватель.

Восточно-Казахстанский государственный
технический университет им. Д. Серикбаева.¹

Восточно-Казахстанский государственный
университет им. С. Аманжолова.²

Карагандинский государственный
технический университет³

ЦИФРОВИЗАЦИЯ: ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Аннотация

В статье рассматриваются современный этап перехода к цифровизации, роль информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в промышленной революции, дается краткое описание технологических укладов в мировом технико-экономическом развитии, приводится сравнительная характеристика пятого и шестого технологических укладов. В Республике Казахстан, как и во многих странах мира, процессы цифровизации являются сферой государственного регулирования, принята государственная программа «Цифровой Казахстан». На настоящий момент времени сложным и открытым остается вопрос оценки экономического, социального и других видов эффекта от процессов цифровизации экономики. Главным условием для трансформации национальной и мировой экономики в электронный формат является уровень развития отрасли ИКТ. Именно показатели функционирования отрасли ИКТ оказывают непосредственное влияние на уровень эффективности развития цифровой экономики и национальной экономики в целом. В статье проведен анализ уровня и динамики основных показателей функционирования отрасли ИКТ в Казахстане. Так как затраты на ИКТ непосредственно характеризуют издержки страны на цифровизацию экономики, предложен и проведен сравнительный анализ затрат на ИКТ, капиталовложения и НИОКР в расчете на 1000 тенге ВВП. Также представлен анализ доли объемов продукции и услуг в отрасли ИКТ по отношению к ВВП в динамике.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, экономический рост, технологический уклад, информационно-коммуникационные технологии, эффективность, конкурентоспособность экономики.

В последние годы ученые наблюдают экономическую стагнацию, вызванную замедлением темпов роста производительности труда, которое началось еще в 1970-е гг. Исследователи считают, что повсюду происходят конструктивные изменения, связанные с переходной стадией между двумя технологическими укладами, в которой новое начинается благодаря активному развитию инноваций. Именно влияние факторов научно-технического прогресса, инноваций дадут импульс для увеличения производительности.

Снижение темпов роста производительности в передовых странах произошло одновременно с изменениями на рынке консьюмерских запросов, которые направлены на потребителя глубоко индивидуализированных продуктов. Взрывное развитие новых технологий, их проникновение во все области жизнедеятельности человека являются причиной преобразования структуры рынка, моделей бизнеса, структуры участников.

По прогнозам ученых, мир вступает в один из длительных переходных периодов, в котором на смену привычным факторам роста производства (природным ресурсам и дешевой рабочей силе) приходят новые. В совокупности эти масштабные изменения оцениваются как «новая промышленная революция» (которую часто называют «четвертой», или четвертой (глобальной) фазой промышленной революции). В более узком смысле говорят о «технологической революции», в основе которой лежит переход от массового производства стандартизированной продукции к гибкому высокоэффективному производству, выпускающему индивидуализиро-

ванную продукцию. При этом «сквозными» процессами для всех видов производства становятся передовые технологии. По подсчетам ученых, инновационные, или прорывные, технологии создадут условия для совершенствования производственных процессов и смогут обеспечить достижение экономического прироста в размере 60–80%.

Технологическая революция предполагает качественное изменение в способе ведения хозяйственной деятельности, основанном на массовом применении технологических решений, которые позволяют радикально повысить производительность различных секторов экономики и социальной сферы. При этом технологическая революция выступает как одна из составных частей промышленной революции. Общеизвестной является точка зрения о существовании шести технологических укладов. Согласно концепции Кондратьева Н.Д., Глазьева С.Ю., выделяют периоды доминирования пяти последовательно сменявших друг друга технологических укладов [1]. Пятый технологический уклад (начиная с 1980 г.) определяется как уклад информационных и коммуникационных технологий, а его качественными факторами являются микроэлектроника, компьютерная техника и программное обеспечение. Они активно генерируют создание и непрерывное совершенствование новых машин и оборудования (компьютеров, ЧПУ, роботов, а также информационных систем, программных средств переработки информационных систем и т.д.). Характерной чертой пятого уклада является дезурбанизация населения и связанное с этим развитие новой информационной и транспортной инфраструктуры.

С начала 1990-х гг., уже во время пятого технологического уклада, ученые прогнозировали приближение шестого уклада, так как стали появляться новые элементы, способствующие дальнейшим изменениям и скачку в экономике. Основным ядром нового уклада стали электронная промышленность, вычислительная опико-волоконная техника, программное обеспечение, телекоммуникации, роботостроение, производство и переработка газа, информационные услуги и т.д.

Формирование шестого технологического уклада меняет способы координации экономических связей, тип общества и его потребности, необходимые для них основные ресурсы, виды деятельности, подходы к НИОКР и роль знаний. Отличительные особенности V и VI технологических укладов представлены в таблице 1 (стр. 213) и составлены на основании источника [2].

Растущий объем информации в экономических системах и шестой технологический уклад не требуют традиционной иерархической структуры построения организационной деятельности и коммуникаций. Вертикальные взаимосвязи между структурными подразделениями не позволяют оперативно реагировать на возрастающие внешние изменения, поэтому самой подходящей моделью управления становится новая модель, которая основывается на кластерно-сетевых системах с горизонтальными связями.

Знания в широком смысле включают в себя весь запас сведений и умений человека, позволяющих ему принимать решения и анализировать поступающие данные. Шестой технологический уклад основан на «производстве знаний». Отметим новые аспекты, которые характеризуют такое производство:

- ♦ основу стоимости товара составляют знания. На сегодняшний день стоимость современного автомобиля на 70% формируется из конструкции, электроники и других интеллектуальных компонентов. А для таких товаров, как программное обеспечение, доля знаний в установлении цены еще выше;
- ♦ роль системы образования меняется с увеличением спроса на знания, включающего создание, хранение и их использование. Вложения в обучение признаются как инвестиции в человеческий капитал;
- ♦ знания очень быстро устаревают. Часть знаний, осваиваемая в течение учебного цикла, теряет свою актуальность, особенно если знания связаны с инновационными технологиями (оборудованием, техникой, технологией и даже методами лечения). Такая ситуация вызывает потребность в обучении на протяжении всей трудовой деятельности человека.

Развитие информационных технологий существенно изменило экономику. Кроме появления и распространения цифровых предприятий, ведущих свою деятельность исключительно в электронной среде, существенные изменения происходят и на предприятиях традиционного уклада. В связи с развитием современных технологий меняются основные факторы воспроизводства на предприятии и, соответственно, ключевые задачи экономики предприятия и управления бизнесом.

Таблица 1 – Отличительные особенности V и VI технологических укладов

Область характеристики	Технологический уклад	
	Пятый	Шестой
Формирование сетевого способа координации экономических связей	Система с вертикальной субординацией и управляющим центром. Система традиционного рынка с ценовыми сигналами	Кластерно-сетевые системы с горизонтальными связями и механизмом сотрудничества
Развитие видов деятельности	Добывающая и обрабатывающая промышленность	Сфера услуг, образование, развлечения, здравоохранение, финансы и др.
Преобладающая форма знаний	Явная	Неявная
Преобладание инноваций	Научно-технические	Открытые
Основные ресурсы	Капитал, предпринимательская способность	Информация, человеческий капитал
Подходы к НИОКР	Рост инвестиций в промышленность и сельское хозяйство	Рост инвестиций в креативные отрасли

Развитие информационных систем во всех отраслях затронуло не только продажу товаров посредством интернета, но и расширение возможностей исследования рынка, сбора данных, анализа участников рынка и обновило процессы платежных систем между различными агентами. Большую роль для обеспечения конкурентоспособности компаний играют кастомизация сервиса, развитие логистики, гибкое ценообразование, автоматизация процессов и дистанционное управление бизнесом. Работа с большими объемами данных и управление ими выходят на передний план в развитии предприятий, отраслей и государств. На сегодняшний день цифровые технологии позволяют расширять возможности операционного управления, которые помогают повысить скорость и эффективность принятия управленческих решений. Новые организации образуются уже с цифровыми бизнес-моделями. Вышеуказанные процессы создают необходимую платформу для развития цифровой экономики, учитывающую возможности традиционной экономики [3].

По мнению некоторых экспертов, вероятность цифровизации для каждой профессии различна. Для отдельных профессиональных групп вероятность низка: врачи, социальные работники, представители творческих и инженерных профессий, математики, ученые и топ-менеджеры. К наиболее уязвимым профессиям относятся техники, страховые и налоговые агенты, банковские клерки, библиотекари, ведущие телемаркета. Для экономистов вероятность составляет около 0,43; для бухгалтеров и аудиторов – около 0,9 [4].

Наиболее уязвимы низкоквалифицированные работники. До 50% занятых в добывающих отраслях могут потерять работу из-за применения самодвижущихся грузовиков, автопогрузчиков, дронов.

Цифровые технологии все в большей мере оттесняют на второй план традиционные факторы производства – капитал, труд и землю. Именно в этой связи цифровые технологии выступают в качестве нового способа производства, приводят к экономическому росту и существенно увеличивают добавленную стоимость.

Цифровизация всех сфер жизни и экономики Казахстана – это возможность занять передовые позиции на мировой арене, а также улучшить качество жизни граждан и создать благоприятные условия для развития предпринимательства. В декабре 2017 г. принята Государственная программа «Цифровой Казахстан», в которой разработан комплекс мер для работы по пяти ключевым направлениям [5].

Первым направлением является цифровизация отраслей экономики, которая призвана способствовать повышению уровня производительности труда в экономике до уровня первых 30 конкурентоспособных стран мира, появлению конкурентоспособного экспортного производства в приоритетных отраслях, капитализации крупнейших компаний Казахстана, росту объема местной электронной торговли и снижению доли теневой экономики.

Вторым направлением является переход на цифровое государство, что приведет к увеличению доли госуслуг, получаемых в электронном виде, переходу административного производства и частично уголовного в электронный формат и переходу городов в формат Smart City.

Следующим направлением является реализация Цифрового Шелкового пути, который обеспечит скоростной и безопасный доступ в интернет и качественное покрытие мобильной связью территории всей страны, что повысит показатель уровня развития ИКТ в Казахстане.

К четвертому направлению относится развитие человеческого капитала. Универсальными качествами, которыми должен обладать человек в цифровую эпоху, являются критическое мышление, самоорганизация, креативность и многое другое. Для их формирования создаются условия, в числе которых следует отметить цифровизацию учебных процессов, развитие дистанционного образования, внедрение в вузы новых специальностей.

Пятым направлением, согласно вышеуказанной программе, стало создание инновационной экосистемы. Такая экосистема развивает технологическое предпринимательство и инновации, сохраняя и поддерживая устойчивые связи между бизнесом, научной сферой и государством.

Развитие цифровой экономики приведет к кардинальным изменениям во всех сферах человеческой деятельности, начиная от управления государством и заканчивая покупкой товаров населением. Также изменения затронут и предприятия, предпринимателям уже не нужно будет иметь большие офисы или складские помещения, развитие информационных технологий позволит усовершенствовать процессы товародвижения от производителей к потребителям. Изменение уровня связей между предприятиями и экономическими институтами даст возможность уменьшить затраты и увеличить производительность во много раз.

На настоящий момент времени сложным и открытым остается вопрос оценки экономического, социального и других видов эффекта от процессов цифровизации экономики. Главной движущей силой формирования цифровой экономики, условием для трансформации национальной и мировой экономики в электронный формат является уровень развития отрасли информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Именно показатели функционирования отрасли ИКТ оказывают непосредственное влияние на уровень эффективности развития цифровой экономики и национальной экономики в целом.

Основные показатели функционирования отрасли ИКТ в Казахстане, принятые по стандартам национального статистического учета и отчетности, представлены в таблице 2 и составлены по данным сайта Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК. В таблице отражена также динамика данных показателей через среднегодовые темпы роста.

Из таблицы 2 видно, что за 2007–2018 гг. затраты на ИКТ в среднем за год увеличивались на 8,2%, а ВВП – на 7,22%. Среднегодовой темп роста электронной розничной торговли за 2013–2018 гг. составил 117,8%.

В отрасли ИКТ создается продукция (вычислительная техника, программные продукты) и оказываются услуги. С 2007 по 2018 г. объем произведенной продукции в текущих ценах ежегодно увеличивался в среднем на 2,7%, а в базисных ценах отмечалось снижение в среднем на 0,5% в год.

Таблица 2 – Среднегодовые темпы роста основных показателей функционирования отрасли ИКТ в Республике Казахстан

Показатель	Период, годы	Среднегодовой темп роста, %
1. Общие затраты на информационно-коммуникационные технологии, млн тенге	2007–2018	108,2
2. Объем электронной розничной торговли, млн тенге	2013–2018	117,8
3. Объем электронной оптовой торговли, млн тенге	2013–2018	108
4. Количество транзакций, проведенных за пределами Казахстана посредством интернета с использованием платежных карточек казахстанских эмитентов, единиц	2013–2018	129,9
5. Объем транзакций, проведенных за пределами Казахстана посредством интернета с использованием платежных карточек казахстанских эмитентов, млн тенге	2013–2018	128,5

Продолжение таблицы 2

6. Количество компьютеров в организациях, единиц	2004–2018	111,3
7. Количество организаций, использующих сеть интернет	2004–2018	113,6
8. Объем произведенной промышленной продукции в отрасли информационно-коммуникационных технологий (в действующих ценах), млн тенге	2007–2018	102,7
9. Объем произведенной промышленной продукции в отрасли информационно-коммуникационных технологий (в базисных ценах), млн тенге	2007–2018	99,5
10. Объем услуг информационно-коммуникационных технологий в фактических ценах, млн тенге	2005–2018	116,9
11. Объем услуг информационно-коммуникационных технологий в базисных ценах, млн тенге	2005–2018	111,9

К услугам отрасли ИКТ относятся услуги по размещению готовых операционных систем и сетевого программного обеспечения; услуги по размещению готового программного обеспечения по управлению базами данных; услуги по загрузке готового системного или прикладного программного обеспечения; услуги по размещению программного обеспечения в сети; услуги по проектированию и разработке прикладных программ, сетей и систем; консультационные услуги по техническому и программному обеспечению; услуги по технической поддержке информационных технологий; услуги по управлению сетью; услуги по установке компьютеров и периферийного оборудования; услуги по разработке и обработке сайтов в сети интернет, по предоставлению места или времени для рекламы в интернете; услуги по ремонту компьютеров, периферийного, коммуникационного оборудования. За период с 2005 по 2018 г. в среднем в год наблюдался прирост объема услуг ИКТ в размере 16,9%, а в базисных ценах – 11,9%.

Затраты на ИКТ непосредственно характеризуют издержки Республики Казахстан на цифровизацию национальной экономики. Для того чтобы оценить, насколько велики затраты в экономике Казахстана на ее цифровизацию и какова отдача от них, предлагается рассчитать эти затраты на 1000 тенге ВВП и сравнить с другими затратами, например, капиталовложениями на 1000 тенге ВВП или затратами на НИОКР на 1000 тенге ВВП. Рассчитанные значения предлагаемых показателей представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Затраты на 1000 тенге ВВП

Год	Затраты на ИКТ, тенге	Затраты на ОК, тенге	Затраты на НИОКР, тенге
2007	4,2	264,0	2,1
2008	4,9	262,3	2,2
2009	7,4	269,6	2,3
2010	6,8	213,3	1,5
2011	7,6	177,4	1,5
2012	10,0	176,5	1,7
2013	6,1	168,7	1,7
2014	6,0	166,1	1,7
2015	9,2	171,8	1,7
2016	5,7	165,3	1,4
2017	6,6	165,2	1,3
2018	5,1	187,5	1,2
Среднегодовой темп роста, %	100,9	98,5	97,5

Затраты на ИКТ в расчете на 1000 тенге ВВП в среднем за год увеличиваются на 0,9%, затраты на НИОКР снижаются на 1,5% в год. В 2007 г. затраты на ИКТ в 2 раза превышали затраты на НИОКР, а в 2018 г. – уже в 4,25 раза.

Анализ доли объемов продукции и услуг в отрасли ИКТ по отношению к ВВП представлен в таблице 4. Из таблицы видно, что доля объемов деятельности ИКТ в объеме ВВП в 2007 и 2008 гг. составила около 0,5%, наивысшая доля отмечалась в 2009 и 2010 гг. и составила 2,98% и 2,58% соответственно. В 2018 г. доля объемов продукции и услуг ИКТ составила 2,07%. Для сравнения можно привести аналогичные данные по США: информационные технологии за последние пять лет достигли 8% ВВП и обеспечили четверть показателя реального экономического роста страны.

Таблица 4 – Анализ объемов деятельности отрасли ИКТ в структуре ВВП

Год	Объем произведенной промышленной продукции и оказанных услуг в отрасли ИКТ, млрд тенге	ВВП, млрд тенге	Доля объемов продукции и услуг ИКТ, %
2007	62,925	12 849,794	0.49
2008	76,227	16 052,919	0.47
2009	507,104	17 007,647	2.98
2010	561,872	21 815,517	2.58
2011	690,665	28 243,053	2.45
2012	723,919	31 015,187	2.33
2013	802,948	35 999,025	2.23
2014	860,655	39 675,833	2,17
2015	900,408	40 884,134	2,20
2016	967,203	46 971,150	2,10
2017	1 056,094	53 101,282	2,00
2018	1 231,286	59 613,708	2,07

Для факторного анализа зависимости ВВП РК от объемов продукции и услуг отрасли информационно-коммуникационных технологий представляется целесообразным использование аппарата корреляционно-регрессионного анализа и экономико-математического моделирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. – М.: ВладДар, 1993. – 310 с.
- 2 Авдеенка Т.В., Алетдинова А.А. Цифровизация экономики на основе совершенствования экспертных систем управления знаниями // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2017. – № 1. – Том 10. – С. 165–168.
- 3 Бойко И.П., Евневич М.А., Кольшшин А.В. Экономика предприятия в цифровую эпоху // Российское предпринимательство. – 2017. – № 7. – Том 18. – С. 1127–1136.
- 4 Земцов С. Роботы и потенциальная технологическая безработица в регионах России: опыт изучения и предварительные оценки // Вопросы экономики. – 2017. – № 7. – С. 1–16.
- 5 ГП «Цифровой Казахстан». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digitalkz.kz/ru/programme/>.

Аңдатпа

Мақалада цифрландыруға көшудің қазіргі кезеңі, өнеркәсіптік революциядағы ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың (АКТ) ролі қарастырылады, әлемдік техникалық-экономикалық дамудағы технологиялық тәртіптердің қысқаша сипаттамасы берілген. Бесінші және алтыншы технологиялық салулардың салыстырмалы сипаттамасы келтіріледі. Қазақстан Республикасында әлемнің көптеген елдеріндегі сияқты цифрландыру процестері мемлекеттік реттеу саласы болып табылады, «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы қабылданды, онда бес негізгі бағыт бойынша жұмыс істеу үшін шаралар кешені

әзірленді. Бірінші бағыт экономика салаларын цифрландыру болып табылады. Қазіргі уақытта экономиканы цифрландыру процестерінен экономикалық, әлеуметтік және басқа да әсер түрлерін бағалау мәселесі күрделі және ашық күйінде қалып отыр. Ұлттық және әлемдік экономиканы электрондық форматқа айналдыру үшін басты шарт АКТ саласының даму деңгейі болып табылады. Дәл осы АКТ саласының жұмыс істеу көрсеткіштері цифрлық экономика мен ұлттық экономиканың даму тиімділігінің деңгейіне тікелей әсер етеді. Мақалада Қазақстандағы АКТ саласының қызмет етуінің негізгі көрсеткіштерінің деңгейі мен динамикасына талдау жүргізілді. АКТ-ға арналған шығындар елдің экономиканы цифрландыруға арналған шығындарын тікелей сипаттайтындықтан, ЖІӨ-нің 1000 теңгесіне есептегенде АКТ-ға, капитал салымдарына және ҒЗТҚЖ-ға арналған шығындарды салыстырмалы талдау ұсынылып, жүргізілді. Сондай-ақ АКТ саласындағы ЖІӨ-ге қатысты өнімдер мен қызметтер көлемінің үлесі динамикасында талдау ұсынылды.

Тірек сөздер: цифрландыру, цифрлық экономика, экономикалық өсім, технологиялық қалау, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, тиімділік, экономиканың бәсекеге қабілеттілігі.

Abstract

The article discusses the current stage of transition to digitalization, the role of information and communication technologies (ICT) in the industrial revolution, gives a brief description of technological structures in the world of technical and economic development. The comparative characteristic of the fifth and sixth technological structures is given. In the Republic of Kazakhstan, as in many countries of the world, the processes of digitalization are the sphere of state regulation, the State program "Digital Kazakhstan" was adopted. At the moment, the question of assessing the economic, social and other effects of the processes of digitalization of the economy remains difficult and open. The main condition for the transformation of the national and world economy into an electronic format is the level of development of the ICT industry. It is the performance of the ICT industry that has a direct impact on the level of efficiency of the digital economy and the national economy as a whole. In the article the analysis of level and dynamics of basic indicators of the functioning of the ICT sector in Kazakhstan. Since ICT costs directly characterize the country's costs of digitalization of the economy, a comparative analysis of ICT costs, investment and research and development per 1000 tenge of GDP is proposed and conducted. The analysis of the share of production and services in the ICT industry in relation to GDP in dynamics is also presented.

Key words: digitalization, digital economy, economic growth, technological structure, information and communication technologies, efficiency, economy competitiveness.

IRSTI 06.52.13
UDC 332.1

G.S. DYUSSEMBEKOVA,¹

PhD, associated professor.

D.S. BEKNIYAZOVA,²

PhD, associated professor.

ZH.B. KENZHIN,³

doctoral student,

S. Toraighyrov Pavlodar State University.¹

Innovative University of Eurasia.²

Baltic International Academy³

EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF THE REGION IN VIEW OF THE HUMAN FACTOR IN THE ECONOMY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract

The different level of socio-economic development of regions depends on different factors (geographical, climatic, demographic, etc.). In economic science, the problem of analyzing the factors affecting the crisis of individual territories and searching instruments to improve their competitiveness in the national and international markets is relevant. The issues of evaluating the competitiveness of regions, the search for competitive advantages of territories, especially by improving the quality of human resources, remain insufficiently studied. In this regard, in the article the existing models for evaluating regional competitiveness in view of the human factor in the economy of the Republic of Kazakhstan are presented. In addition, in the article the authors carried out the classification of regions according to the analysis of the main socio-economic indicators of the regions of the Republic of Kazakhstan, originating in the concept of regional policy. The authors also calculated the main indicators of competitiveness of regions of Kazakhstan according to the National chamber of entrepreneurs of Kazakhstan with the aim of determining the level of human resources development in the region and the competitiveness of the region in a comparative perspective, which allowed to determine the strengths and weaknesses of the regions, the competitive advantages of each territorial unit and the zone of possible growth and development.

Key words: competitiveness of regions, regional policy, human resources, modernization of the economy, evaluation models, advantages.

The relevance of the research topic is that in the Republic of Kazakhstan currently remain insufficiently studied the issues of evaluating the competitiveness of regions, search for competitive advantages of territories, especially by improving the quality of human resources. To a greater extent, the studies are formal in nature, as they consider the concept of underdeveloped regions, the factors of socio-economic problems and classical ways of solving them. This issue is particularly acute for most developing countries [1].

In this regard, the authors consider the economic development of the regions of the Republic of Kazakhstan as an open country, considering their interrelation and interdependence. Its growth engine is the commodity sector. In regions rich in natural resources, there is a small economic recovery and a normal level of well-being of residents. The reverse processes are typical for non-mining areas with high population density and availability of human resources. This creates differentiation in the development of territorial units of the country.

The division of the economic space of Kazakhstan into separate regions is due to the large extent of the territory and its heterogeneity. There are 16 territorial entities in the Republic: 14 regions and 3 independent units: Nur-Sultan c. (Astana), Shymkent c. and Almaty c. Within the framework of regional policy they are divided into 6 groups.

The basis of the grouping, originating in the Concept of regional policy, is the principle of problematical character [2]. This classification of regions is relevant in modern conditions. In Table 1 (p. 219) it is presented the analysis of indicators of socio-economic development of the regions of Kazakhstan.

Table 1 – Main socio-economic indicators of the regions of the Republic of Kazakhstan (according to data for 2018)

The share of region, per cent	Group, No					
	I	II	III	IV	V	VI
In total population	12	6	20	29	8	22
In gross regional product	28	17	21	15	7	13
In production	9	30	26	16	10	10
In agriculture production	2	1	19	31	18	29
In fixed capital investments	19	31	14	18	7	13

Note – Compiled by the authors on the basis of data [3].

According to made analysis, the first group includes Almaty c. and Nur-Sultan c. (Astana c.) – the largest financial, economic and social centers. Their distinctive characteristics are: a high level of human resources, a stable level of well-being of citizens, a developed industrial sector and the availability of scientific and technical potential. Their regional policy provides for comprehensive infrastructure development, the formation of business centers and the development of tourist destinations.

The second group includes two regions rich in mineral resources – Atyrau and Mangistau regions. The standard of living of their inhabitants is the highest in the Republic of Kazakhstan.

The third group is represented by three regions: Karaganda, East Kazakhstan and Pavlodar regions. They are distinguished by the wealth of mineral resources. The real economy of these regions is dominated by extractive and manufacturing industries based on local raw materials, as well as light industry and mechanical engineering. Regional policy in the regions of the second and third groups is focused on the development of transport and communications, increasing the share of small and medium-sized enterprises in the agro-industrial complex, the development of programs of industrial and innovative development in the manufacturing industry. Environmental protection measures, especially in the Caspian sea shelf zone, are a separate direction of regional policy for raw material territories.

The fourth group included Kostanay, Aktobe, Zhambyl, Turkestan regions and Shymkent c. The common characteristics of these areas are the availability of mineral resources and agricultural land. The level of development of human resources and per capita income in them is lower than in developed regions. The key direction of the regional policy is the development of transport and processing areas in agriculture, the expansion of the potential of large economic entities.

Fifth group: North Kazakhstan and West Kazakhstan regions. The structure of their real sector of economy is dominated by mechanical engineering and agriculture. The oil and gas industry is slightly represented here. The regional policy provides for the modernization of mechanical engineering and defense industry, the development of related areas of agriculture.

The sixth group includes Almaty, Akmola and Kyzylorda regions. The main activity of the regions is related to the development of agriculture. In terms of human resources and per capita income, they lag behind the cities of Almaty c. and Nur-Sultan c. (Astana c.), as well as the regions of the second and third groups. The exception is the Kyzylorda region (the zone of oil field development). The main directions of the regional policy are focused on the development of entrepreneurship serving agriculture, as well as on the development of new industrial production. These activities will give opportunities to improve the welfare of residents.

Increasing competitiveness in regional policy is based on the economic development of each of the 16 regions [4].

In order to eliminate imbalances, comprehensive approaches to evaluating the competitiveness of regions and a unified policy of economic development of the country are needed, taking into account the human resources of each territory [5].

Let's consider the existing evaluation models used in practice. In particular, the rating model for evaluating the competitiveness of Kazakhstan's regions on the basis of indices, developed By the Agency for research on return on investment, acting under the National chamber of Entrepreneurs of the Republic of Kazakhstan (rating of competitiveness of Kazakhstan's regions) [6]. The ranking of regions is based on the index approach. The integrated competitiveness index is calculated by summing the weighted averages for each group of indicators.

In determining the components of the competitiveness indices of the region, the authors selected adequate indicators reflecting the competitive advantages and innovation of the economy. They should be statistically reliable and objective (the subjective opinion of the researcher in the interpretation should be reduced to zero). The availability of statistics is taken into account when selecting indicators.

The competitiveness rating strategy is used as a basis for calculating indices. It provides for the accumulation of private indicators in a single integrated indicator, characterizing the relative positions of the studied criteria. Scaling is used to organize indicators measured in different units. It provides for their translation into immeasurable values from 0 to 1 (0 characterizes the worst result, 1 – the best). Scaling is based on formulas (1) and (2):

$$K_n^i = \frac{Y_n^i - Y_{\min}}{Y_{\max} - Y_{\min}} \quad (1)$$

$$K_n^i = \frac{1 - Y_n^i - Y_{\min}}{Y_{\max} - Y_{\min}} \quad (2)$$

where Y_n^i – n-th indicator of the region i;

Y_{\min} – the minimum value of the indicator for all regions of the sample;

Y_{\max} – the maximum value of the indicator for all regions.

Formula (1) is used if the maximum value corresponds to the best result. Otherwise, formula (2) applies.

We determine the average arithmetic of indicators required to calculate the integrated coefficient by the formula (3):

$$K_{av.arith.} = \sum_{n=1}^m K_n^i \quad (3)$$

The obtained result is converted by the formula (4):

$$K_{av.arith} = \frac{K_{av.arith.obt}^i - K_{av.arith.min}^i}{K_{av.arith.max}^i - K_{av.arith.min}^i} \quad (4)$$

This transformation is necessary for scaling of indicators in the range [0; 1]. Thus, the best value of the indicator will be assigned 1 in the study, the worst – 0. The remaining regions will be located in the considered range.

The transformations allowed to rank the regions of the Republic of Kazakhstan according to the general indicator of competitiveness and according to private indices evaluating a separate sphere. There are three groups according to the level of competitiveness development.

1. Absolute competitiveness. The coefficient takes a value in the range from 0,66 to 1.
2. Stable competitiveness. The index ranges from 0,33 to 0,65.
3. Minor competitiveness. The index takes a value from 0 to 0,32.

The first group consisted of Almaty c., Nur-Sultan c. (Astana c.) and Atyrau region. The third group is represented by Almaty, Zhambyl and Kyzylorda regions (Figure 1, p. 221).

According to the methodology of above mentioned Agency for research of investment profitability, operating under the National chamber of Entrepreneurs of Kazakhstan, the authors defined the index of regional competitiveness, which consists of the following indicators (Table 2, p. 221).

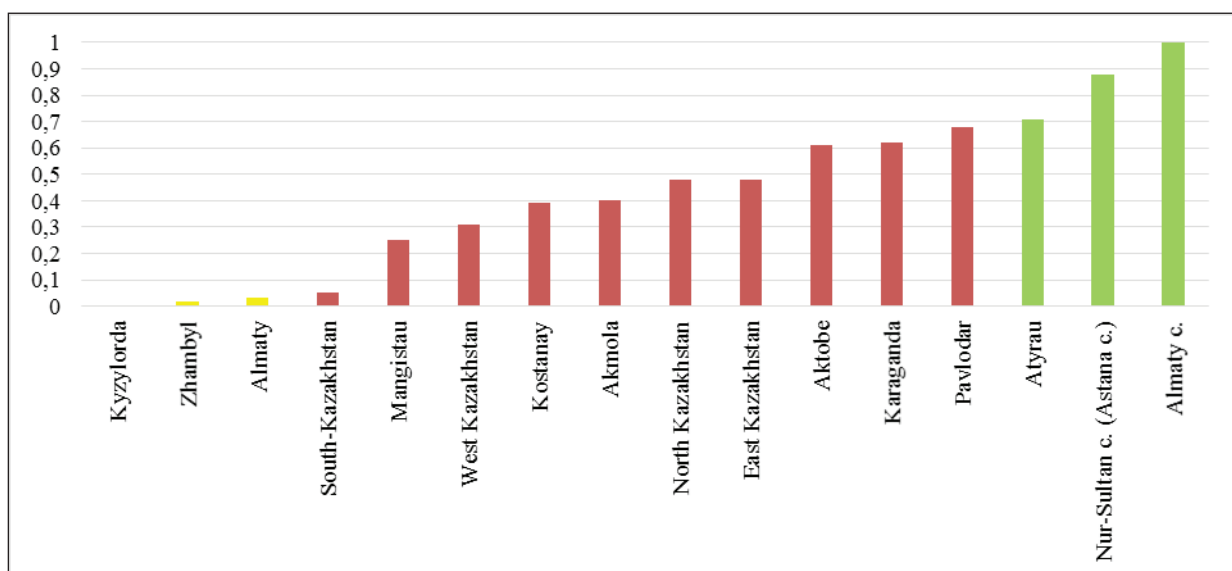


Figure 1 – Regional competitiveness Index in 2018

Note – Source [6].

Table 2 – Key indicators of the competitiveness index of Kazakhstan's regions (according to data for 2018)

The name of the region	GRP, billion us dollars	Investments in fixed assets, billion us dollars	Human development index	The volume of industrial production, billion us dollars	Number of small businesses, units
Akmola	2,7	0,4	0,5	1,0	13 389
Almaty	6,1	1,8	0,5	2,1	20 050
Aktobe	5,7	0,4	0,1	4,0	16 314
Atyrau	13,6	1,5	0,5	1,4	11 388
East Kazakhstan	7,9	1,3	0,2	4,5	10 133
Karaganda	10,8	2,1	0,3	5,9	28 033
Kostanay	4,6	1,0	0,2	1,8	13 800
Zhambyl	3,4	0,4	0,1	1,0	11 234
Mangistau	8,2	1,8	0,1	5,9	13 635
Kyzylorda	3,6	0,5	0,2	2,0	9 856
North Kazakhstan	2,9	0,6	0,4	0,5	10 043
Pavlodar	6,1	2,8	0,6	4,7	14 388
Turkestan	7,9	1,1	0,3	2,1	20 780
West Kazakhstan	5,9	1,0	0,4	5,0	10 133
Almaty c.	30,1	1,3	0,8	2,4	116 606
Nur-Sultan c. (Astana c.)	14,1	2,4	0,8	1,4	61 000
Shymkent c.	8,3	2,7	0,6	2,7	20 795

Note – Compiled by the authors based on the data [5].

According to the research, the maximum value of the competitiveness index is observed in Nur-Sultan c. (Astana c.), Almaty and Atyrau region. However, the level of human resources development in Atyrau region is not high.

According to these indicators, the most competitive regions are: Nur-Sultan c. (Astana c.), Almaty and Atyrau region. They are distinguished by high gross regional product per capita, investments in fixed assets, the number of small businesses and a high level of human resources development.

The regions with stable competitiveness include: Shymkent c., Aktoobe region, East Kazakhstan region, North Kazakhstan region, Akmola region and Kostanay region. They are united by a developed energy infrastructure.

The regions of southern Kazakhstan are less competitive. Their list includes Turkestan, Kyzylorda, Zhambyl, Mangistau, Almaty and West Kazakhstan regions. But at the same time the latter show an index of human resources development above average.

Thus, the directions of regional policy are determined by the chosen development scenario. Many researchers agree that in the context of economic modernization, structural policy is an effective tool.

Despite a large number of studies, there is no single definition of “regional structural policy”. In a broad sense, it is understood as an instrument of influence of the executive authorities of a territorial unit on all structural elements of the economic system. Regional structural policy is divided into subspecies (innovation, investment, etc.), one of which should be a policy for the development of human resources in order to improve the competitiveness of the region.

A high level of competitiveness of the region cannot be achieved without the development of human resources and their rational use. The latter is necessary for lagging regions, as they are characterized by a number of serious problems:

- ♦ imbalance between supply and demand for human resources;
- ♦ lack of financial and material resources to implement strategies of human resource development;
- ♦ the gap of human resource development from the requirements of the innovative economy;
- ♦ mismatch of plans to accelerate the development of human resources to the paces of sustainable development.

In general, the evaluation of the competitiveness of the region should include the evaluation of the development of human resources in the region as one of the main parameters. It should also be emphasized that the methods used in Kazakhstan to evaluate the competitiveness of the region include in its structure the evaluation of human resources, but don't take into account the level of their development in the dynamics. Accordingly, the prognostic evaluation of the competitiveness of the region should also be focused on the paces of development of human resources in the region.

LIST OF LITERATURE

- 1 Wright P.M., McMahan G.C. Theoretical prospects for strategic human resource management // Journal of Management, 2016. No 18(2). P. 295–320.
- 2 Концепция региональной политики Республики Казахстан: утв. Постановлением Правительства Республики Казахстан 9 сентября 1996 г. № 1097 (утратил силу). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://adilet.zan.kz/rus/docs/P960001097_.
- 3 Регионы Казахстана: статистический ежегодник. – Астана: Комитет по статистике Министерства национальной экономики РК, 2019. – С. 34.
- 4 Прогнозная схема территориально-пространственного развития страны до 2020 года: утв. Указом Президента Республики Казахстан 21 июля 2011 г. № 118 (с изменениями от 25.08.2015 г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31039616#pos=1;-14.
- 5 Azmi F.T. Strategic Human Resource Management // Cambridge University Press. 2019. № 1. P. 443–478.
- 6 Рейтинг конкурентоспособности регионов Казахстана. – Астана: Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан, 2019. – С. 43–47.

Аңдатпа

Аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуының әртүрлі деңгейі әртүрлі факторларға (географиялық, климаттық, демографиялық және т.б.) байланысты. Экономикалық ғылымда жекелеген аумақтардың дағдарыстығына және құралдарды іздеуіне әсер ететін, ұлттық және халықаралық нарықтарда олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған факторларды талдау мәселесі өзекті болып келеді. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау, аумақтардың бәсекелестік артықшылықтарын іздеу мәселелері, әсіресе адам ресурстарының сапасын арттыру есебінен жеткілікті зерттелмеген күйінде қалып отыр. Осыған байланысты мақалада Қазақстан Республикасының экономикасы жағдайында адам факторын ескере отырып, аймақтық бәсекеге қабілеттілікті бағалаудың қолда бар үлгілері берілген. Бұдан басқа, мақалада авторлармен аймақтық

саясат тұжырымдамасында бастау алатын Қазақстан Республикасы аймақтарының негізгі әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерін талдауға сәйкес аймақтардың топтастырылуы жүзеге асырылған. Сондай-ақ, авторлармен Қазақстан Республикасының Ұлттық кәсіпкерлер палатасының мәліметтері бойынша аймақтағы адами ресурстардың даму деңгейін және салыстырмалы аспектіде аймақтың бәсекеге қабілеттілік деңгейін анықтау мақсатында Қазақстан аймақтарының бәсекеге қабілеттілік индексінің негізгі көрсеткіштері есептелген, әрбір аумақтық бірліктің бәсекелестік артықшылықтарын және өсу мен даму ықтимал аймақтарын анықтауға мүмкіндік берді.

Тірек сөздер: аймақтардың бәсекеге қабілеттілігі, аймақтық саясат, адами ресурстар, экономиканы жаңғырту, бағалау үлгілері, артықшылықтар.

Аннотация

Различный уровень социально-экономического развития регионов зависит от разных факторов (географических, климатических, демографических и др.). В экономической науке актуальной выступает проблема анализа факторов, влияющих на кризисность отдельных территорий, и поиска инструментов, направленных на повышение их конкурентоспособности на национальном и международном рынках. Вопросы оценки конкурентоспособности регионов, поиск конкурентных преимуществ территорий, особенно за счет повышения качества человеческих ресурсов, остаются недостаточно изученными. В связи с этим в статье представлены имеющиеся модели оценки региональной конкурентоспособности с учетом человеческого фактора в экономике Республики Казахстан. Кроме того, в статье авторами осуществлена классификация регионов на основе анализа основных социально-экономических показателей регионов республики, берущая начало в Концепции региональной политики. Авторами также рассчитаны основные показатели индекса конкурентоспособности регионов Казахстана по данным Национальной палаты предпринимателей Республики Казахстан с целью определения уровня развития человеческих ресурсов в регионе и уровня конкурентоспособности региона в сравнительном аспекте, что позволило определить сильные и слабые стороны региона, конкурентные преимущества каждой территориальной единицы и зоны возможного роста и развития.

Ключевые слова: конкурентоспособность региона, региональная политика, человеческие ресурсы, модернизация экономики, модели оценки, преимущества.

МРНТИ 82.00.00.
УДК 33.338

Б.К. ТУНДИКБАЕВА,¹
докторант.
НАО «Университет КИМЭП»¹

КОРПОРАТИВНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ: РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Аннотация

Концепция корпоративного предпринимательства определяется как необходимым компонент организационной культуры для усиления создания ценностей. Корпоративное предпринимательство представляет собой набор стратегий, используемых устоявшейся фирмой для содействия ее росту и развитию. В статье рассмотрены и представлены известные модели, объясняющие предпосылки и последствия корпоративного предпринимательства. В частности, предпринята попытка связать корпоративное предпринимательство с организационными показателями. В рамках критической оценки обсуждается потенциал организационного участия в смягчении этих отношений. В статье представлена концептуальная модель для ученых, изучающих корпоративное предпринимательство, и его взаимосвязь с организационными показателями. Автор обращает внимание на термин «предпринимательское поведение», которое относится как к отдельным лицам, так и к бизнесу. Предпринимательское поведение можно легко визуализировать и идентифицировать в бизнес-среде. В статье подчеркивается, что для того чтобы развивать предпринимательскую среду, бизнес требует практики предпринимательского поведения и процессов, поэтому требуется более полное понимание предпринимательского поведения. Предпринята попытка объяснить, каким образом предприятия могут потенциально способствовать организационной эффективности посредством корпоративного предпринимательства и какую роль может сыграть организационная деятельность в этом отношении.

Ключевые слова: организационные показатели, корпоративное предпринимательство, взаимодействие, регулирование, бизнес-среда, эффективность деятельности, предпринимательское поведение.

Экономические и экологические изменения заставляют предприятия развивать предпринимательскую среду, для того чтобы обеспечить глобальную конкурентоспособность, рост бизнеса [1]. Существует постоянная необходимость в исследовании и выявлении факторов, которые могут потенциально способствовать развитию и росту предпринимательских предприятий. Поддерживая данный аргумент, Mag и Schiuma [2] утверждают, что бизнес-лидерам чаще всего не удается определить факторы, которые могут способствовать эффективности бизнеса. Следовательно, для того чтобы развивать предпринимательскую среду [1], бизнес требует практики предпринимательского поведения и процессов, поэтому требуется более полное понимание предпринимательского поведения.

Корпоративное предпринимательство определяется многими исследователями как обязательство создания предпринимательской среды в организации для способствования инноваций, про активности и расчетного риска. Философия корпоративного предпринимательства заложена в организации, так что организация может более чутко реагировать на условия окружающей среды, которые быстро меняются, путем разработки уникальных решений (т. е. продуктов и услуг, процессов и организационных структур) и постоянного использования возможностей с принятием риска провала. Sogiano & Montoro-Sanchez [3] в своем исследовании сообщили, что присутствует сильная корреляция формализации и корпоративного предпринимательства. Результаты исследования показывают, что некоторая степень формализации повышает развитие корпоративного предпринимательства [4]. Независимо от того, идет ли речь о продукте, услугах, процессе, стратегии, структуре или поведении, общее в основной концепции корпоративного предпринимательства – это инновация. В результате корпоративное предпринимательство рассматривается как процесс, улучшающий способность фирмы приобретать и использовать инновационные навыки ее участников [3]. В данной статье рассматривается, каким образом предприятия могут потенциально способствовать организационной эффективности посредством корпоративного предпринимательства и какую роль может сыграть организационная деятельность в этом отношении.

В сущности, термин «предпринимательское поведение» относится как к отдельным лицам, так и к бизнесу; можно легко визуализировать и идентифицировать предпринимательское поведение в бизнес-среде. Как утверждают известные ученые, концепция корпоративного предпринимательства определяется как необходимый компонент организационной культуры для усиления создания ценностей [5]. Корпоративное предпринимательство представляет собой набор стратегий, используемых устоявшейся фирмой для содействия ее росту и развитию. Концепция корпоративного предпринимательства показана здесь как поведение фирмы, которое отражает ее ориентацию на предпринимательство, о чем свидетельствуют ее измерения, такие, как управленческая поддержка, организационные границы, вознаграждения и укрепление, наличие времени и конфиденциальность на работе. Корпоративное предпринимательство, если оно практикуется и осуществляется надлежащим образом, может потенциально влиять на оба типа деловой активности (т.е. на финансовую и нефинансовую). Более поздняя литература также поддерживает это понятие при условии, что корпоративное предпринимательство существенно дополняет эффективность бизнеса во всех формах, включая нефинансовый, финансовый или комбинированный из этих двух [6]. Помимо значительного влияния корпоративного предпринимательства на бизнес в любой его форме, вышеупомянутая литература также свидетельствует о том, что корпоративная предпринимательская деятельность внутри организации воспринимается по-другому, особенно когда речь идет об измерении корпоративного предпринимательства, идут большие споры по этому поводу [4, 8]. Сфера корпоративного предпринимательства больше не ограничивается концептуально созданием нового венчурного процесса, но включает в себя также развитие сферы компетенции фирмы и соответствующих возможностей. Эти организации называются предпринимательскими организациями (организациями с предпринимательской позицией), в которых повторяются определенные модели предпринимательского поведения, и эти модели преобладают в организации на всех уровнях, отражая предпринимательскую философию высшего руководства. Фирму не назовут предпринимательской только потому, что она изменила технологию или представила новую продуктовую линейку, таким образом имитируя конкурентов, избегая подхода к риску. Некоторая степень активности и готовности идти на риск имеет важное значение для предпринимательской деятельности.

Корпоративное предпринимательство, однако, является результатом коллективных усилий участников организации, поэтому оно не является единственным фактором, способствующим инновациям в бизнесе.

Из работ Schumpeter [7] видно, что существует консенсус среди ученых в том, что ключевым показателем работы организации, будь то в региональном или национальном предпринимательстве, является обеспечение рабочих мест, диапазон потребительских товаров и услуг, что увеличивает национальное богатство в целом и конкурентоспособность. Организационная эффективность лежит в основе каждого вида управления, поскольку бизнес-субъект не может существовать, если он не выполняет поставленные цели и задачи. Предприятия стремятся изучить различные перспективы, чтобы помочь поддерживать и/или повышать организационную эффективность. В последнее время усиливается дискуссия о предпринимательстве, подчеркивается его потенциал в повышении эффективности деятельности организации во всех областях.

Модель предпринимательства по Гуту и Гинзбергу предполагает, что идея корпоративного предпринимательства направлена на развитие новых деловых предприятий в той же организации. По сути, эта модель соединяет корпоративное предпринимательство со стратегической идеологией управления бизнесом, чтобы стимулировать инновации, развитие новых предприятий и креативное вливание в рабочие места. Рисунок 1 (стр. 226) дает дополнительную информацию по этому вопросу.

Модель Колвина и Слевина призвана связать корпоративное предпринимательство с работой фирмы. При этом внешняя среда, переменные стратегического контроля и внутренние факторы играют ключевую роль в формировании организационной культуры и отношения к определенным вещам. Эта модель также объясняет, что корпоративное предпринимательство тесно связано с результатами деятельности бизнес-субъекта, включая финансовые и нефинансовые перспективы, и может усиливаться или ослабляться в зависимости от воздействия окружающей среды.

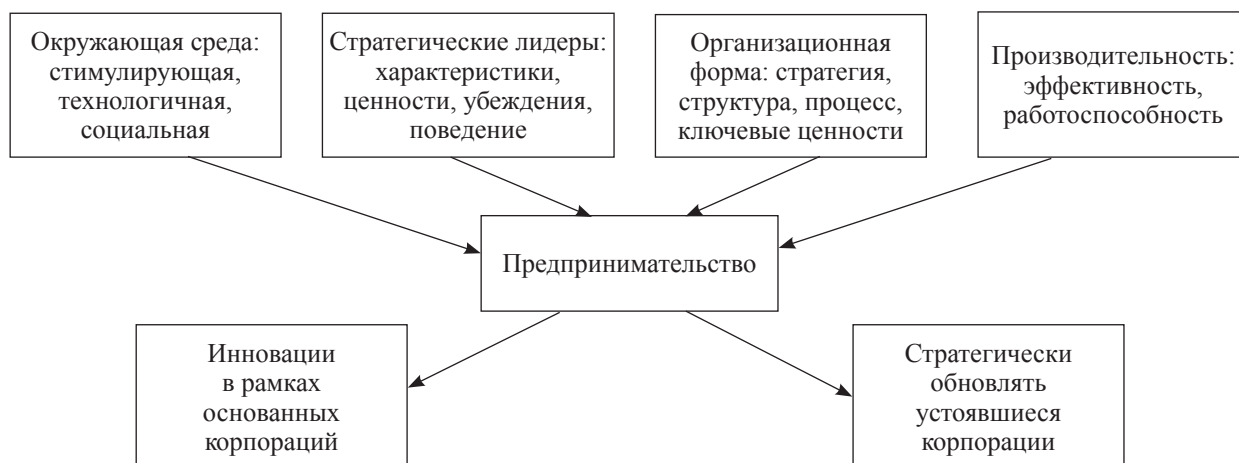


Рисунок 1 – Модель предпринимательства по Гуту и Гинсбергу

Рисунок 2 предлагает более глубокое понимание модели.

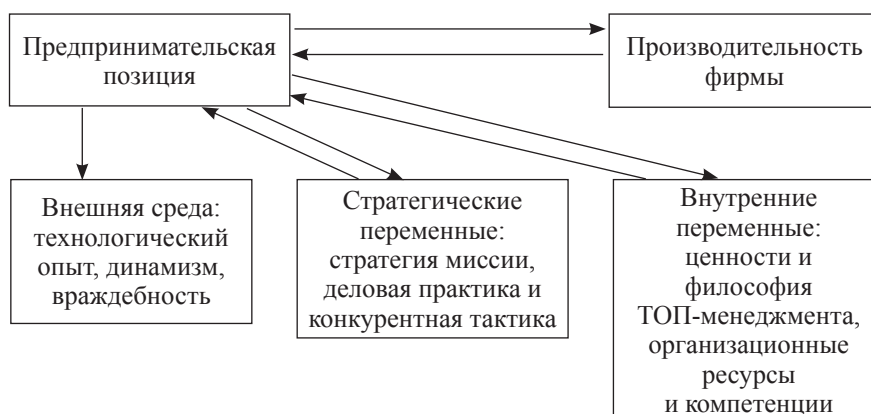


Рисунок 2 – Модель предпринимательства по Ковину и Слевину

Модель от Lumpkin and Dess [8] предлагает корпоративное предпринимательство, состоящее из пяти основных аспектов. По мнению авторов, корпоративное предпринимательство может быть лучше понято с точки зрения того, ориентирована ли организация на предпринимательство. Авторы далее предполагают, что есть пять основных элементов предпринимательской ориентации, которые являются инновациями, принятием риска, про активностью, конкурентным преимуществом и автономией. Модель далее утверждает, что на эти факторы могут дополнительно влиять факторы окружающей среды или организационные факторы (рисунок 3, стр. 227).

Вовлечение считается заметным предиктором нескольких перспектив для сотрудников и организационных результатов. Примечательно, что концепция взаимодействия также была найдена посредством нескольких предикторов к общим заметным результатам. Тем не менее ограниченные исследования рассмотрели потенциал вовлечения в качестве регулятора и подтвердили, что необходимо понять роль и сдерживающий потенциал взаимодействия для достижения дальнейших результатов сотрудников и организаций. Соответственно, некоторые ученые также утверждают возможность и необходимость эмпирического внимания к балансу взаимодействия, предполагая, что взаимодействие может дать лучшие результаты за счет усиления воздействия доступных предикторов. В этой области существует серьезный пробел и не было найдено исследования, подчеркивающего умеренность организационного участия в

корпоративном предпринимательстве и организационных отношениях эффективности. Исходя из утверждений этих ученых, можно говорить, что вовлечение сотрудников в организацию поможет им еще более усилить влияние предпринимательской деятельности корпораций на повышение эффективности деятельности организации. Проще говоря, мы попытались подчеркнуть, что наличие сотрудников, вовлеченных в организационную деятельность, может потенциально помочь бизнесу усилить влияние социально ответственных действий на быстрорастущие результаты деятельности организации.



Рисунок 3 – Модель предпринимательства по Lumpkin and Dess

Основываясь на критической оценке литературы, настоящее исследование предлагает следующие концептуальные основы (рисунок 4):

- 1) между корпоративным предпринимательством и организационной эффективностью имеется связь;
- 2) организационное участие регулирует отношения между корпоративным предпринимательством и организационной эффективностью.

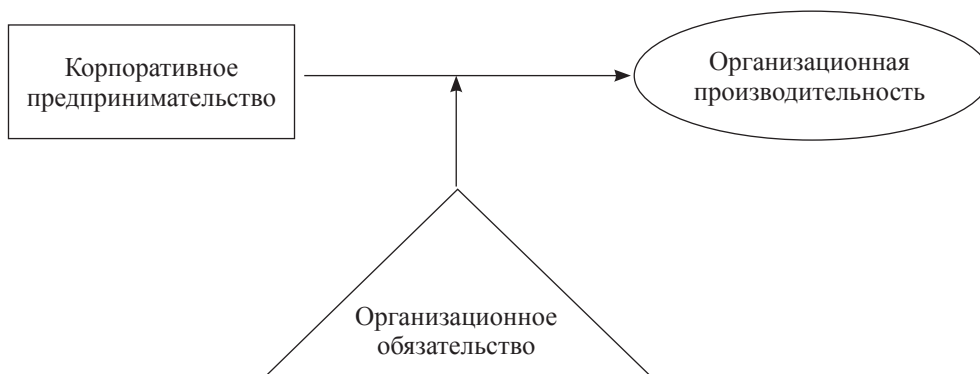


Рисунок 4 – Концептуальная модель

Исходя из вышеизложенных моделей корпоративного предпринимательства и элементов, влияющих на результат деятельности организации, можно утверждать, что полное организационное участие позитивно влияет на взаимосвязь между корпоративным предпринимательством и эффективностью организации, что может послужить источником для дальнейших исследований по данной тематике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Bolton D. & Lane M.D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument // *Education + Training*, 54(2/3). P. 219–233.
- 2 Marr B. & Schiuma G. (2003). Business performance measurement – past, present and future // *Management Decision*, 41(8). P. 680–687.
- 3 Soriano D.R. & Montoro-Sanchez M.A. (2011). Introduction: the challenges of defining and studying contemporary entrepreneurship // *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 28(3). P. 297–301.
- 4 Umrani W.A. (2016). Moderating effect of organizational culture on the relationship between corporate entrepreneurship and business performance in Pakistan's banking sector: doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia.
- 5 Jennings D.F. & Lumpkin J.R. (1989). Functioning modeling corporate entrepreneurship: an empirical integrative analysis // *Journal of Management*, 15(3). P. 485–502.
- 6 Heavey C. & Simsek Z. (2013). Top management compositional effects on corporate entrepreneurship: the moderating role of perceived technological uncertainty // *Journal of Product Innovation Management*, 30(5). P. 837–855.
- 7 Schumpeter J.A. (1949). *Change and the entrepreneur: postulates and patterns for entrepreneurial history*. Harvard University Press.
- 8 Lumpkin G.T. & Dess G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance // *Academy of Management Review*, 21(1). P. 135–172.

Аңдатпа

Корпоративтік кәсіпкерлік тұжырымдамасы құндылықтардың құрылуын күшейту үшін ұйымдық мәдениеттің қажетті құрамдас бөлігі ретінде анықталады. Корпоративтік кәсіпкерлік – бұл оның өсуі мен дамуына ықпал ету үшін қалыптасқан фирманың қолданатын стратегияларының жиынтығы. Мақалада корпоративтік кәсіпкерліктің алғышарттары мен салдарларын түсіндіретін танымал модельдер қарастырылып, ұсынылады. Атап айтқанда, мақала корпоративтік кәсіпкерлікті ұйымдық көрсеткіштермен байланыстыруға тырысады. Маңызды бағалау шеңберінде осы бапта сондай-ақ осы қатынастарды жеңілдетудегі ұйымдық қатысудың мүмкіндіктері талқыланады. Мақалада корпоративтік кәсіпкерлікпен оның ұйымдық көрсеткіштерге өзара әсерін зерттеуге ынталы ғалымдар үшін концептуалды модель ұсынылған. Автор «кәсіпкерлік әрекет» ұғымын жеке адамдарға да, бизнеске де қатысты екенін және кәсіпкерлік әрекет бизнес ортасында оңай танып анықтауға болатын екенін түсіндіреді. Мақалада кәсіпкерлік ортаны дамыту үшін кәсіпкерлік әрекеттер немесе мінез-құлық тәжірибесі мен процестерді қажет ететіндігін көрсетеді, сондықтан кәсіпкерлік әрекет жайлы толығырақ түсінік талап етілетіндігі атап көрсетілген. Кәсіпорындар корпоративтік кәсіпкерлік арқылы ұйымның тиімділігіне қалай ықпал ете алатындығы және ұйым осыған байланысты қандай рөл атқара алатындығы туралы түсіндіруге тырысады.

Тірек сөздер: ұйымдық көрсеткіштер, корпоративтік кәсіпкерлік, өзара әрекеттесу, реттеу, бизнес-орта, қызметтің тиімділігі, кәсіпкерлік әрекет.

Abstract

The concept of corporate entrepreneurship is defined as a necessary component of organizational culture to enhance value creation. Corporate entrepreneurship is a set of strategies used by an established firm to promote its growth and development. This article examines and presents well-known models describing the prerequisites and significance of a corporate entrepreneurship. In particular, the author tried to link a corporate entrepreneurship with organizational indicators. Within the framework of the critical assessment, the article also reviewed the possibility of organizational participation in the regulation of these relations. The article presents a conceptual model for scientists who are passionate about the study of corporate entrepreneurship and its relations with organizational indicators. The author highlights the term “entrepreneurial behavior”, which refers to both individuals and businesses, and that entrepreneurial behavior can be easily visualized and identified in the business environment. The article emphasizes that, in order to develop an entrepreneurial environment, business requires the practice of entrepreneurial behavior and processes, therefore, a more complete understanding of entrepreneurial behavior is required. This article attempts to outline how enterprises can potentially contribute to organizational efficiency through corporate entrepreneurship and what role organization can play in this regard.

Key words: organizational indicators, corporate entrepreneurship, interaction, regulation, business environment, performance efficiency, entrepreneurial behavior.

Д.Н. КАЙРОЛЛА,¹
магистрант.
Г.Ж. НУРМУХАНОВА,¹
д.э.н., профессор.
Университет «Туран»¹

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: СУЩНОСТНЫЕ ОРИЕНТИРЫ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Аннотация

Понятие «корпоративная культура» зародилось в развитых странах и прочно укоренилось в современном менеджменте компаний. «Узловыми» элементами корпоративной культуры являются взаимоотношения людей, уровень лояльности сотрудников, сложившиеся традиции. Она представляет собой комплекс разделяемых членами компании взглядов, образцов поведения, эмоций, взаимодействий и методов ведения бизнес-процессов, которые придают компании собственную «окраску». Топ-менеджмент таких зарубежных компаний, как APPLE, MICROSOFT, INTEL и DELL, является приверженцем управленческой концепции «корпорация – сообщество» и избегает подход «корпорация – машина». Именно сообщества, а не системы «механизмов» стали двигателями быстрого продвижения в сфере электроники и высоких технологий американскими компаниями. Говоря о корпоративной культуре, важно отметить кадровую политику как ее управленческий инструмент, воссоздающий специфические подходы к набору и отбору персонала, формированию качественных требований к личным и профессиональным характеристикам сотрудника. Набор требований к востребованному претенденту диктуют корпоративная культура компании, ее ценностные ориентации, этические ограничения, особенности национального менталитета. Стратегически ориентированные топ-менеджеры преуспевающих компаний классифицируют корпоративную культуру как внушительный стратегический инструмент, ориентирующий сотрудников и группы компании на реализацию общих целей и ценностных установок, вовлекающий коллектив в процесс эффективного взаимодействия, обеспечивающий преданность делу и компании.

Ключевые слова: корпоративная культура, кадровая политика, ценностные установки, эффективное взаимодействие, сотрудничество, собеседование, ответственность.

Сегодня понятие «корпоративная культура» прочно вошло в обиход современного менеджмента, стало неотъемлемым условием успешной работы компаний, фундаментом их динамичного роста, гарантом стремления к повышению результативности. А зародилось оно в развитых странах еще в XX в. Тогда это было связано с необходимостью регламентации связей во внутренней среде фирм и корпораций, осмыслении их роли и места в системе торговых, промышленных и экономических взаимодействий.

В таблице 1 (стр. 230) представлены наиболее распространенные определения корпоративной культуры в контексте многообразия ее черт в компании.

Однако какими бы обильными ни были определения корпоративной (организационной) культуры, во многом они сходятся. В большинстве толкований авторы ссылаются на базовые суждения, которых придерживается персонал компании. Подобные суждения сопряжены с восприятием окружающего пространства (группы, самой компании, общества, мира) и разрешающих его переменных (природа, время, работа, отношения и пр.).

Так, опираясь на перечисленные аспекты, корпоративная культура – это набор базовых ценностей, убеждений, соглашений и норм, которые понимают и принимают все члены компании. Своего рода это формула: общие ценности – выгодные отношения и сотрудничество – ответственное организационное поведение.

На самом деле структура ценностей и догадок о внутренней среде постигается в течение соприкосновения с внешними и внутренними проблемами, способствует выживанию и достижению успеха в конкурентном поле.

Отношения и сотрудничество формируются в процессе взаимодействия индивидов и групп и основаны на ценностях (или ценностных ориентациях). Ценности ориентируют сотрудника и группу на эффективное (допустимое) поведение, так как, например, в некоторых компаниях считается правомерным поведение клиента, следовательно, клиент не может влиять на про-

счета в работе компании. В любом случае принятая ценность помогает сотруднику понять, как действовать в конкретной ситуации. Процесс формирования корпоративной культуры интересен для компании возможностью регулирования поведенческих отношений сотрудников в контексте приемлемых для компании ценностей, но не всегда приоритетных в целом для общества.

Таблица 1 – Определения понятия «корпоративная культура»

Определение	Автор, источник
1. Как повторяющиеся модели поведения в отношениях людей: язык, проявление уважения, устоявшиеся манеры	Кибанов А.Я. Основы управления персоналом
2. Как доминирующие ценности, крепнущие в организации	Лапина Т.А. Корпоративная культура
3. Как групповые нормы	Румянцева З.П., Саломатин Н.А. Менеджмент организации
4. Как философия, обозначающая политику организации	Липатов В.С. Управление персоналом предприятий и организацией
5. Как правила игры, иницируемые компанией, способы и навыки, которыми должен овладеть новый сотрудник, чтобы вписаться в члены организации	Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура
6. Как комплекс духовных и вещественных ценностей, образов, согласующихся между собой, свойственных данной компании, определяющих ее индивидуальность и самосознание себя и окружающих в социальной и материальной среде, отражающийся на поведении людей, их взаимодействии.	Акимова Т.А. Теория организации
Примечание – Составлено автором на основе [1–8].	

Многие компании имеют специальные кодексы или правила, проповедующие собственные ценностные ориентации. Сущность этих ценностей фиксируется через реальные мифы, исторические факты, сложившиеся легенды. В течение жизненного цикла компании происходит пересказ и толкование мифов и легенд. Как следствие, именно они чаще имеют больший резонанс у сотрудников по сравнению с ценностями, описанными в буклете компании.

Многие ключевые вопросы, связанные с корпоративной культурой, сами по себе не являются неведомыми. Так например, У. Оухи аналогично популярной «теории «X» и «Y» Дугласа МакГрегора, разработал «теорию «Z»; его понятие культуры предполагает наличие символики, создание церемоний и усвоение мифов, которые формируют мировоззрение сотрудников. Известный антрополог М. Мид рассматривает корпоративную культуру через постижение поведенческих аспектов и передачу их новым членам организации [3].

«Узловыми» элементами корпоративной культуры являются взаимоотношения людей, уровень лояльности сотрудников, сложившиеся традиции, укореняющие внутреннюю среду компании. Она представляет собой комплекс разделяемых членами компании взглядов, образцов поведения, эмоций, взаимодействий и методов ведения бизнес-процессов, которые придают компании собственную «окраску». Идентификация корпоративной культуры возможна посредством схемы четырех типов корпоративной культуры: клановой, адхократической, иерархической, рыночной. Этот подход предложен К. Камероном и Р. Куинном.

Таблица 2 – Типы корпоративной культуры

Тип	Сущностные ориентиры
Клановая культура	Организация как семья. Лидеры выполняют роль воспитателя (родителя). Основа организации: преданность и традиции, совершенствование личности, сплоченность и благоприятный моральный климат. Отношения: радушие к потребителям и уважение к людям, бригадная работа, включение людей в бизнес и компромисс. Лидерство: ориентированное на людей и процессы (пособник); проявляющее заботу и участие (наставник)

Продолжение таблицы 2

Адхократическая культура	Организация – динамичное предпринимательство, творчество, возможность риска. Лидеры – пионеры, готовые подвергнуть себя риску. Связующая сущность: преданность экспериментированию и новаторству, акцент на увеличение и приобретение инновационных ресурсов, в производстве – уникальные и новые продукты и/или услуги, персональная инициатива и свобода. Лидерство: предвидящее изменения (новатор); ориентированное помыслами в будущее (провидец)
Иерархическая (бюрократическая) культура	Организация – формализованное и структурированное место, управление по процедурам. Лидеры – разумные координаторы и организаторы Организацию характеризуют формально прописанные правила и организационная политика, создание стабильности и реализация показателей целенаправленного рентабельного выполнения заданий, гарантия занятости и обеспечение долгосрочной предсказуемости. Лидерство: 1. Экспертное (инструктор). Личность, концентрирующая внимание на деталях и компетентная в деле. В основе влияния – управление информацией. 2. Поддерживающее структуру и рабочий поток (координатор). Одобрены стабильность, регулирование и контроль
Культура, соответствующая рыночным отношениям	Организация ориентирована на выполнение поставленной задачи. Лидеры – непреклонные руководители и жесткие конкуренты, убежденные приверженцы. Организация нацелена на победу, высокую репутацию и успех, на действия, приносящие выгоду и решение сложных задач, выполнение адекватных целей. Быть успешным – уметь проникать на новые рынки и захватывать новые ниши. Лидерство: ориентир на решение задач и достижение целей, получение выгод в конкурентных ситуациях (боец), постановку задач и принятие решений (постановщик)
Примечание – Составлено автором на основе [9].	

В основе представленного подхода к типизации корпоративной культуры лежат критерии, определяющие точно ценности организации:

- ◆ гибкость;
- ◆ стабильность;
- ◆ фокус внутри и интеграция;
- ◆ фокус вне и дифференциация.



Рисунок 1 – Критерии, определяющие типы корпоративной культуры

Примечание – Источник [9].

Многие исследователи констатируют факт формирования новой культуры управления – на смену прежней жесткой иерархической «механистической» организации компаний приходит современная, основанная на системе корпоративных ценностей, а ключом к успеху в этой связи становится человеческая индивидуальность. Топ-менеджмент таких компаний, как APPLE, MICROSOFT, INTEL и DELL, является приверженцем управленческой концепции «корпора-

ция – сообщество» и избегает подход «корпорация – машина». Например, Билл Гейтс выстраивал в своей компании тип управленческой культуры, на его взгляд, единственно возможный: «Корпоративная культура создает комфортную атмосферу для реализации потенциала каждого сотрудника и его творческой инициативы. Притом что MICROSOFT – большая компания с огромными ресурсами, сохраняется структура динамичных малых групп, где чувствуется значимость каждого. Генерирование идей осуществляется конкретными людьми, и компания нацелена на доведение творческих инициатив до реального результата». Именно сообщества, а не системы «механизмов» стали двигателями быстрого продвижения в сфере электроники и высоких технологий американскими компаниями.

Говоря о корпоративной культуре, важно отметить кадровую политику как ее управленческий инструмент. В материалах интервью с ведущими рекрутинговыми агентствами и руководителями крупных иностранных компаний, работающих на казахстанском рынке, можно узнать много интересной информации о роли корпоративной культуры. В частности, от специфических подходов к набору и отбору персонала к формированию качественных требований к личным и профессиональным характеристикам сотрудника, что диктуют своеобразная корпоративная культура компании, ее ценностные ориентации, этические ограничения, особенности национального менталитета [10].

Подбор персонала также имеет свою специфику. Так, например, европейские (Великобритания, Германия) и американские компании подбирают сотрудников через услуги рекрутинговых агентств, публикацию объявлений в газетах о вакансиях, осуществляют самостоятельный отбор на основе полученных резюме.

Процедура собеседования в иностранных компаниях проходит очень тщательно. Наряду со стандартными требованиями к кандидатам – высшим образованием, иностранным языком, опытом работы, предъявляются конкретные требования к психологическому портрету сотрудника, желанию работать в конкретной компании. Для немцев подобный энтузиазм не представляет особого интереса, они предпочитают делового, серьезного, педанта- профессионала. Для французов и итальянцев предпочтительны мягкие и общительные сотрудники. Представители японских и других восточных компаний уважают преданность компании, управляемость, бесконфликтность, коллективизм, что рассматривается в дополнение к профессионализму.

Авторами проведено исследование корпоративной культуры компании Danone, которая позиционируется как компания № 1 в мировом масштабе и производит и продает свежие молочные продукты.

Бренд Danone существует с 1919 г. и насчитывает уже 100 лет. Сегодня компания представлена в 180 странах, общий штат сотрудников компании насчитывает свыше 100 000 человек.

Современная группа компаний Danone основана в 1972 г. и имеет штаб-квартиру в Париже. Несмотря на то что компания имеет четкую иерархическую структуру, решение крупных операционных вопросов происходит на уровне страны. Руководство компании поощряет выпуск продуктов, специфичных для локального рынка, в Казахстане, например, это айран и тан.

Региональный офис в Алматы осуществляет деятельность не только локально, но и охватывает Кыргызстан и Узбекистан, а в планах – Туркменистан.

Для менеджмента компании, наполовину состоящего из иностранцев, интересна традиция потребления кисломолочных продуктов населением региона. Однако 13 кг потребляемой кисломолочной продукции в Казахстане, что является средним мировым показателем, не идет ни в какое сравнение с такими странами, как Испания или Франция, потребляющих 30–40 кг кисломолочной продукции в год.

Корпоративная культура Danone сформирована на основе ценностей компании: H.O.P.E. Они представлены как английская версия аббревиатуры слов Humanism, Openness, Proximity, Enthusiasm (гуманизм, открытость, близость, энтузиазм. Получается слово «надежда») [9].

Эти ценности сформировались под влиянием французских корней компании и международного менеджмента в Казахстане. Программа «данонизации» реализуется в любой стране, где работает сотрудник. Менеджер по дистрибуции во Франции имеет такие же права на равный набор социальных льгот, медицинскую страховку, возможности для обучения и развития, как и оператор на заводе в Казахстане.



Рисунок 2 – Ценности компании Danone

Примечание – Источник [9].

К ключевым ценностям компании можно отнести открытость и равноправие, приветливость и дружелюбие. Компании присущ гуманизм, который проявляется и в направленных на детей социальных проектах.

Ежегодно в компании улучшаются социальные льготы, открываются новые программы, придающие сотрудникам чувство заботы и формирующие их высокую лояльность. Большое значение уделено обучению сотрудников через принцип «Onelearning a day». Руководство имеет большой интерес к тому, чтобы развивать каждого своего сотрудника: с одной стороны, увеличивает продуктивность обучающихся, ставя конкретные цели и давая установку на их выполнение в ежедневной деятельности, с другой – личностное развитие – изучение английского, Excel и навыков презентации, кросс-функциональные проекты на основе нетворкинга и коучинга и др. В компании функционирует внутренний портал электронного обучения, где загружены материалы обучения, видеоконтент и задания для самостоятельного изучения. Допуск к portalу имеют все сотрудники.

Формирование досуга коллектива – одна из важных задач реализации корпоративной культуры компании. Среди мероприятий можно отметить создание в центральном офисе киноклуба, проведение сессий по развитию эмоционального интеллекта, футбольные соревнования Danone Football Competition в глобальном масштабе и тематические мероприятия: Новый год, 365 дней без несчастных случаев, День молока.

Основным лозунгом сотрудников Danone является нацеленность на то, чтобы делать больше, чем требуется, и это – залог успеха. Подобное отношение к работе не остается незамеченным, и руководство это ценит.

Исследование показало, что сегодня современные компании редко подпадают под определенный тип идентификации по корпоративной культуре. Зачастую наблюдается своеобразный микс, характерный для разных типов. Так и корпоративная культура компании Danone рассматривается как комбинация клановой и адхократической культур с проявляющимися элементами иерархического и рыночного типа.

Таким образом, кадровая политика является фундаментальным компонентом для корпоративной культуры государств Европы, Азии и Америки. Однако она должна воодушевляться, «оживляться» корпоративной культурой, стать эмоциональным духом всех сотрудников компании. При условии, когда сотрудники и топ-менеджмент ясно и четко представляют себе закономерность, полезность и непротиворечивость положений кадровой политики, компания может констатировать трансформацию кадровой политики в ключевой аспект корпоративной культуры.

Стратегически ориентированные топ-менеджеры преуспевающих компаний классифицируют корпоративную культуру как внушительный стратегический инструмент, ориентирую-

щий сотрудников и группы компании на реализацию общих целей и ценностных установок, вовлекающий коллектив в процесс эффективного взаимодействия, обеспечивающий преданность делу и компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Корпоративная культура как элемент менеджмента: //https://works.doklad.ru/view/qzj9WAVVyvc.html (дата обращения: 10.05.2019).
- 2 Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 201 с.
- 3 Лапина Т.А. Корпоративная культура: учебно-методическое пособие. – СПб. [и др.]: Питер – Москва, 2013. – 635 с.
- 4 Организационная культура: экзамен. – Москва, 2012. – 656 с.
- 5 Румянцева З.П., Саломатин Н.А. Менеджмент организации. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 256 с.
- 6 Липатов В.С. Управление персоналом предприятий и организаций: учебник. – М.: ТОО «Люкс-арт», 1996. – С. 403.
- 7 Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. – Москва: Логос, 2016. – 871 с.
- 8 Акимова Т.А. Теория организации. – Москва: Издательство Российского Университета дружбы народов, 2013. – 440 с.
- 9 Типы организационной культуры: //https://psyfactor.org/personal/personal18-01.htm (дата обращения: 13.06.2019).
- 10 Коновалова В.Г. Управление организационной культурой. – М.: Проспект, 2014. – 302 с.

Аңдатпа

«Корпоративтік мәдениет» тұжырымдамасы дамыған елдерде пайда болды және компаниялардың заманауи басқарылуына негізделген. Корпоративтік мәдениеттің «негізгі» элементтері: адамдардың қарым-қатынасы, компанияның қызметкерлерге деген адалдығы, компанияның ішкі құрылымын нығайтуға бағытталған дәстүрлер жиынтығы. Бұл компания мүшелері, мінез-құлық стандарттары, көңіл-күйлер, рәміздер, қарым-қатынастар және компанияның жеке басын анықтайтын бизнесті жүргізу жолдары туралы ортақ пікірлердің жиынтығы. APPLE, MICROSOFT, INTEL және Dell сияқты шетелдік компаниялардың топ-менеджменті «корпорация – қауымдастық» басқару тұжырымдамасын ұстанады және «корпорация – машина» тәсілінен бас тартады. Электрондық жоғары технологиялық индустрияда жұмыс істеп жатқан американдық компаниялардың табысқа жетуіне мүмкіндік беретін «механизмдер» емес, қоғамдар. Корпоративтік мәдениетті басқарудың маңызды саласы кадрларды іріктеу әдістерінің ерекшелігін, қызметкердің кәсіби, жеке қасиеттеріне қойылатын талаптар жүйесін көрсететін кадр саясаты болып табылады. Алайда ізденуші үміткерге қойылатын талаптар корпоративтік мәдениет, құндылық бағдарлары, этикалық шектеулер және ұлттық менталитеттің ерекшеліктері болып табылады. Табысты компаниялардың стратегиялық бағдарланған топ-менеджерлері корпоративтік мәдениетті компанияның қызметкерлері мен топтарын жалпы мақсаттарға қол жеткізуге және нәтиже мен компанияға адалдықты қамтамасыз ететін тиімді өзара іс-қимыл үдерісіне қатысатын құндылыққа деген көзқарастарға жетуге бағыттайтын әсерлі стратегиялық құрал ретінде жіктейді.

Тірек сөздер: корпоративтік мәдениет, кадр саясаты, құндылық қатынас, тиімді өзара іс-қимыл, ынтымақтастық, сұхбат, жауапкершілік.

Abstract

The notion of "corporate culture" originated in developed countries and is firmly rooted in the modern management of companies. The key elements of the corporate culture are: human factor, employee's loyalty to the company, a set of traditions. It is a complex of opinions shared by members of the company, standards of behavior, moods, symbols, attitudes and ways of doing business, which determine the individuality of the company. Top management of foreign companies such as Microsoft, Dell, Intel, and Apple is committed to the management concept of "corporation – community" and avoids the approach "corporation – machine". It was the communities, not the "mechanisms" systems that enabled American companies operating in the electronic advanced technology industry to quickly achieve success. An important area of corporate culture management is HR policy, reflecting the specificity of personnel selection approaches, the system of requirements for professional, personal qualities of personnel. However, the set of requirements for the sought-after applicant is dictated by the company's corporate culture, its values orientation, ethical restrictions, and peculiarities of the national mentality. Strategically oriented top managers of successful companies classify corporate culture as a significant strategic tool, which directs employees and groups of the company to the realization of common goals and values involving the team in the process of effective interaction, ensuring commitment to the cause and the company.

Key words: corporate culture, personnel policy, values, effective interaction, cooperation, interview, responsibility.

Г.Ж. ЖУНУСОВА,¹
м.э.н., докторант.
Г.Ж. НУРМУХАНОВА,¹
д.э.н., профессор.
Университет «Туран»¹

ОЦЕНКА ПРЕДПОСЫЛОК РАЗВИТИЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

В рамках проведенного факторного анализа установлены основные тренды и закономерности развития сферы возобновляемой энергетики. Подчеркнуто влияние политических факторов, таких, как фактор энергетической безопасности, сопряженный с нестабильностью и риском в условиях зависимости от импорта углеводородов; фактор неравномерной энергообеспеченности регионов, определяющийся дефицитом энергоресурсов в отдельных регионах страны; фактор исчерпаемости первичных энергоресурсов (угля, нефти и газа). Влияние глобально-экологических факторов обусловлено вредным воздействием отходов углеводородной энергетики на здоровье населения, биосферу и экологический баланс в мировом и локальном масштабах. Динамика количества выбросов в атмосферу вредных веществ имеет устойчивую тенденцию и остается актуальным аспектом. Ресурсная обеспеченность возобновляемой энергетики в Республике Казахстан – потенциал развития возобновляемой энергетики, в частности, для создания ветровых, солнечных установок. Значимыми экономическими факторами для развития возобновляемых источников энергии являются факторы высокой энергоемкости предприятий секторов промышленности и роста энергопотребления страны; фактор волатильности мировых цен на ресурсы, значительные экономические потери Казахстана от использования первичных энергоресурсов. Влияние социальных факторов, с одной стороны, отражает показатель ухудшения качества жизни населения, с другой – социальную значимость возобновляемых источников энергии для создания новых рабочих мест и обеспечения высоких стандартов качества жизни для населения. На основе оценки факторов определены перспективные направления развития возобновляемой энергетики и выявлены преимущества ее использования в Казахстане.

Ключевые слова: возобновляемая энергетика, энергоресурсы, факторы развития, перспективы, преимущества, энергодбаланс.

Развитие сектора возобновляемой энергетики в энергетической отрасли Республики Казахстан предопределили различные факторы: политические, глобально-экологические, природно-климатические, экономические и социальные.

Политические факторы развития возобновляемой энергетики в РК.

1. Международные обязательства РК. Казахстан, являясь участником таких международных программ, как Декларация «Повестка дня на XXI век», Киотский протокол, Рамочная конвенция Организации Объединенных Наций об изменении климата и др., соблюдает основные цели этих программ, направленные на устойчивое развитие стран через переход к «зеленой» экономике, в том числе через развитие возобновляемой энергетики.

2. Фактор энергетической безопасности страны. Энергетическая безопасность страны является базовым условием ее политической независимости.

Понятие «энергетическая безопасность» в настоящее время рассматривается как безопасность энергообеспечения и экспорта энергоресурсов, то есть энергетическая безопасность потребителей и поставщиков.

Если экспорт энергоресурсов в Казахстане решается успешно в четырех направлениях (нефтепроводы: Каспийский трубопроводный консорциум и Атырау – Самара в северном направлении, Атасу – Алашанькоу в восточном направлении, Баку – Тбилиси – Джейхан в западном направлении и другие), то вопросы энергетической безопасности потребителей в долгосрочной перспективе не решены в полной мере из-за зависимости от импорта природных углеводородных (традиционных или первичных) энергоресурсов в южный регион страны из Кыргызстана и Узбекистана и в западный регион из России. Поэтому энергетическая безопасность потребителей южного и западного регионов страны находится в зоне постоянного политического риска и может быть нестабильной.

3. Фактор неравномерной энергообеспеченности регионов Казахстана. Энергетическая система РК характеризуется неравномерным расположением природных энергетических ресурсов и концентрацией при них действующих теплоэлектроцентралей, теплоэлектростанций и электростанций (ТЭЦ, ТЭС и ЭС), распределительных сетей и высоковольтных линий электропередач. При наличии больших запасов природных энергетических ресурсов угля, нефти и газа углеводородная энергетика страны испытывает дефицит электроэнергии и нуждается в импорте электроэнергии для южного и западного регионов [1]. Также имеются проблемы с энерго- и теплоснабжением некоторых регионов страны, отдаленных от сетей централизованной передачи и снабжения энергии. Решение этих проблем за счет постепенного перехода от углеводородной энергетики к возобновляемой, характеризующейся возможностью расположения возобновляемых источников энергии (ВИЭ) на любой территории и в отдалении от централизованных систем энергоснабжения, станет важной предпосылкой для энергетической обеспеченности этих регионов, следовательно, для политической независимости страны.

4. Фактор исчерпаемости и невозобновляемости первичных энергоресурсов (угля, нефти и газа) Казахстана. За последние 10–20 лет прирост запасов нефти в РК не компенсирует ее добычу, что свидетельствует об исчерпаемости и невозобновляемости первичных энергоресурсов. Общий объем запасов казахстанской нефти оценивается в 11–12 млрд тонн. Эти запасы исчерпаемы и при текущем ежегодном (в 90 млн тонн) и нарастающем объеме добычи их хватит на 40–50 лет. Прогнозные ресурсы природного и попутного газа в РК оцениваются на уровне 6–8 трлн кубометров. При текущем уровне добычи без учета доразведки запасов газа хватит на 25–40 лет. Запасы угля в РК составляют 33 млрд тонн. Сегодня при объемах добычи в 100–105 млн тонн в год запасов угля будет достаточно на 300 лет. К 2050 г. исчерпание ресурсов нефти и газа приведет страну к энергетическому коллапсу, что в перспективе станет большой экономической проблемой, будет угрожать экономической и социальной стабильности и в конечном итоге политической независимости Казахстана. Поэтому политические факторы являются важной и обоснованной предпосылкой для диверсификации источников энергии и развития неуглеродного сектора энергетической отрасли в Казахстане – возобновляемой энергетики.

Глобально-экологические факторы развития возобновляемой энергетики в РК.

Глобальные кризисы мирового масштаба – это острые экологические проблемы (изменение (и/или потепление) климата на планете Земля, кислотные осадки, всеобщее загрязнение среды и другие), которые прямо или косвенно связаны с выработкой тепловой и/или электрической энергии посредством сжигания углеводородного топлива [2, с. 100].

В Казахстане экономика имеет сырьевую направленность и ориентирована на добычу ресурсов угля, нефти и газа, запасы которых относятся к крупнейшим. В связи с этим углеводородная энергетика является развитым сектором и стабильность экономики страны обеспечивается за счет неограниченного потребления этих ресурсов [2]. Отрицательным результатом деятельности этого сектора являются глобальные и локальные кризисы в масштабах страны и соседних государств – экологические проблемы, вызванные вредным воздействием больших количеств отходов на здоровье населения и биосферу (в том числе на атмосферу воздуха, почвы и воды) страны и соседних государств. Очевидно, что сегодня предприятия энергетической отрасли Казахстана являются первыми по выбросам загрязняющих веществ в атмосферу [2, с. 37]. Так, по данным Enderdata, Казахстан занимает первое место в Центральной Азии и двадцать третье место в мире по выбросам углекислого газа (CO_2). За 1990–2018 гг. темпы снижения уровня выбросов CO_2 имеют в основном положительную динамику (рисунок 1, стр. 237). В 2018 г. уровень выбросов CO_2 составил 247 Мт, что превышает уровень показателя 1990 г. (236 Мт) на 4,7%, хотя согласно обязательству страны по РКИК ООН безусловная цель к 2020 г. по данному показателю должна составлять 200,6 Мт выбросов CO_2 , то есть на 15% ниже уровня показателя 1990 г.

Показатели выбросов в атмосферу загрязняющих веществ (диоксида серы, оксидов азота и углерода) в Казахстане выше, чем в Кыргызстане и Узбекистане – промышленно развитых странах Центральной Азии (таблица 1, стр. 237).

За 1971–2000 гг. происходило потепление климата в стране: среднегодовая температура воздуха была выше рассчитанной климатической нормы на 0,3–1,4 $^{\circ}C$. Существенное потепление наблюдалось с 1980-х гг. Локальные кризисы Казахстана (экологические проблемы) про-

являются в виде отрицательных последствий от изменения климата (это участвовавшие опасные гидрометеорологические явления: бураны, метели, снегопады, паводки, наводнения, оползни, штормовой ветер и другие явления).

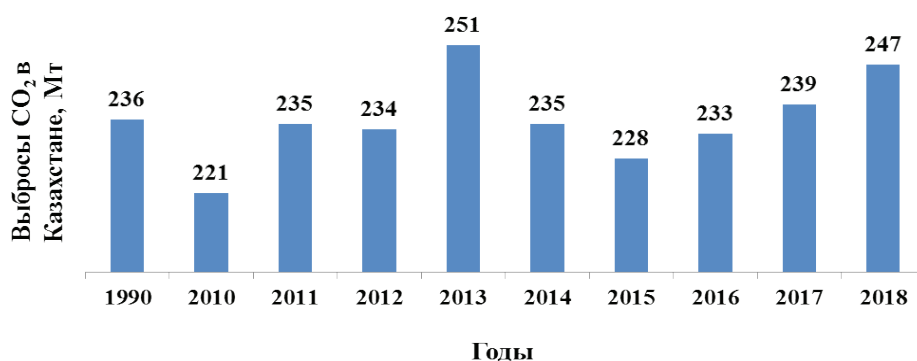


Рисунок 1 – Количество выбросов CO₂ в атмосферу воздуха в Казахстане за 1990–2018 гг., Мг

Примечание – Составлено автором.

Таблица 1 – Выбросы в атмосферу загрязняющих веществ в странах Центральной Азии

Год	Выбросы в атмосферу загрязняющих веществ в странах Центральной Азии, Мг		
	Республика Казахстан (РК)	Кыргызская Республика (КР)	Республика Узбекистан (РУ)
2012	2 384	280	818
2013	2 283	371	855
2014	2 257	451	1 162
2015	2 180	396	975
2016	2 272	338	1 008
2017	2 358	366	853
2018	2 447	423	884

Примечание – Составлено по данным статистических агентств РК, КР и РУ.

Отрицательные последствия от изменения климата в Казахстане. По данным проведенных исследований к ним относятся увеличение количества дней с высокой температурой воздуха, доли ливневых осадков, случаев выпадения града, межгодовой и внутрисезонной изменчивости режима погоды, повторяемости аномально холодных зим и жарких лет; усиление засушливости климата и увеличение повторяемости засух и другие. Согласно Концепции перехода к «зеленой экономике» от 30 мая 2013 г. в Казахстане наблюдаются или могут возникать следующие отрицательные последствия от изменения климата: деградации потенциально подлежит треть сельскохозяйственных земель страны; к 2030 г. в стране прогнозируется дефицит устойчивых водных ресурсов в размере 13–14 млрд м³. Это свидетельствует о том, что в Казахстане имеются экологические проблемы, созданные развитой углеводородной энергетикой и приводящие к глобальным и локальным кризисам. Одним из путей решения этих проблем является целесообразность перехода от углеводородной к экологически чистой возобновляемой энергетике.

К природно-климатическим факторам развития возобновляемой энергетики в РК относится ресурсная обеспеченность данного сектора, которая обусловлена благоприятными природно-климатическими условиями. Потенциал ВИЭ в Казахстане составляет около 2000 млрд кВт·ч/год (2 трлн кВт·ч/год, или 2 ТВт·ч/год). Технически возможный для использования в производстве электроэнергии потенциал ВИЭ в Казахстане существенно превышает электропотребление в стране и составляет 337 ТВт·ч/год. Наиболее перспективным направлением по климатическим и географическим условиям Казахстана является производство энергии на базе ветровых и солнечных установок и гидроэнергетические ресурсы, расположенные в гор-

ных областях юга, востока и центральной части [1, с. 99]. В 2018 г. исследованиями компании TetraTech (Консалтинговой и инжиниринговой компании США) в рамках региональной программы «Энергия будущего» по запросу МЭ РК и финансировании USAID (Агентства США по международному развитию) определен технически осуществимый ресурсный потенциал ВИЭ в Казахстане: ветроэнергетика – 920 ТВт·ч/год; гидропотенциал – 62 ТВт·ч/год; солнечная энергетика – 2,5 ТВт·ч/год; тепловой потенциал геотермальных вод – 4,3 ГВт [3]. Высокий потенциал ресурсов возобновляемой энергии свидетельствует о наличии в стране больших возможностей для развития возобновляемой энергетики.

Экономические факторы развития возобновляемой энергетики в РК.

1. Фактор высокой энергоемкости предприятий энергетического и других секторов промышленности Казахстана. Показатели отраслевой структуры потребления электроэнергии отражают высокую энергоемкость предприятий энергетического и других секторов промышленности страны: энергетика – 47,71%; промышленность – 20,36%, транспорт – 16,24%; ЖКХ (жилищно-коммунальные хозяйства) и население – 15,69% [1, с. 98]. Высокие удельные затраты топлива (традиционных энергоресурсов) на существующих ТЭЦ, ТЭС иЭС показывают высокую степень использования углеводородного топлива, что вызвано невысоким уровнем технологий и оборудования для переработки традиционных энергоресурсов, использованием устаревшего оборудования в ТЭЦ, ТЭС иЭС, распределительных сетях и высоковольтных линиях электропередачи, приводящих к большим потерям в них электроэнергии. Так, по данным авторов работы [4], на электростанциях 65% оборудования имеет возраст более 20 лет, 31% – более 30 лет, а изношенность электросетевого оборудования составляет 60–80%. В стране принимаются меры энергоэффективности и энергосбережения, а также модернизация ТЭЦ, ТЭС иЭС, которые постепенно снижают показатели износа оборудования с 58,84 до 55,41% в 2014 и 2016 гг. соответственно. Однако все эти мероприятия являются полумерами в сравнении с целесообразностью увеличения доли возобновляемой энергии в общем энергобалансе страны. Это видно из высокой динамики выбросов CO₂ в углеводородной энергетике (рисунок 1).

2. Фактор роста потребностей экономики Казахстана в тепло- и электроэнергии. Количество потребляемой энергии в Казахстане имеет положительную динамику роста в 2000–2018 гг. с 39 до 103 ТВт·ч, которая определяется растущей численностью населения и увеличением темпов экономического роста страны.

Положительная динамика роста валового внутреннего продукта (ВВП) страны в 1995–2018 гг. с 1 014 до 61 820 млрд тенге отражает темпы экономического роста, которые стимулируют массовое потребление тепло- и электроэнергии в таких крупных секторах, как энергетический и горно-металлургический, а также в сельском хозяйстве, строительстве, ЖКХ, транспорте и домохозяйствах. Энергетическое питание этих секторов осуществляется из традиционных источников, следовательно, это может приводить к увеличению выбросов парниковых газов. Поэтому удовлетворение потребности в тепло- и электроэнергии всех секторов промышленности страны только за счет углеводородной энергетике не позволит достичь запланированных показателей по выбросам парниковых газов. В этой связи увеличение доли возобновляемой энергии является важной социально-экономической задачей Казахстана.

3. Фактор волатильности (изменчивости) мировых цен на первичные энергоресурсы (угля, нефти и газа). Доходная часть экономики Казахстана пополняется за счет экспорта ресурсов угля, нефти и газа. Только за счет продажи нефти планируется солидное пополнение доходной части экономики государства в 2030–2040 гг., так как в этот период запланирован максимальный уровень добычи и экспорта нефти в стране и цены на нефть до 2035 г. будут в диапазоне 50–200 долларов США/баррель, по оценкам МЭА и ИА США по энергетике. Но уровни мировых цен на углеводороды имеют высокую неопределенность, так как они находятся в зависимости от внешних колебаний цен на эти ресурсы, поэтому могут возникать финансовые риски и экономическая нестабильность доходов страны, что является обоснованной предпосылкой увеличения доли возобновляемой энергии в общем энергобалансе страны.

4. Экономические потери Казахстана от использования первичных энергоресурсов (угля, нефти и газа). К потенциально уязвимым секторам экономики страны, подвергаемым отрица-

тельными последствиям от изменения климата, относятся сельское и водное хозяйство, леса, здравоохранение, страхование. Их устранение потребует больших материальных и финансовых затрат, что будет постоянным бременем для сферы страхования и расходной части экономики страны. Об этом свидетельствуют экспертные оценки [4], согласно которым экономика республики теряет в среднем свыше 140 млн долларов США (в ценах 2005 г.) в связи с ущербом от опасных гидрометеорологических явлений и неблагоприятных условий. Упущенная выгода от неэффективного использования ресурсов составляет 4–8 млрд долларов США в год для экономики, а к 2030 г. достигнет 14 млрд долларов США. Здесь также отмечено, что экономические потери, понесенные в результате низкой продуктивности земель, в настоящее время составляют 1,5–4 млрд долларов США в год, а к 2030 г. вырастут еще больше, что будет приводить к социальным последствиям в аграрном секторе, особенно в таких областях, где занято 30–45% населения (Северо-Казахстанская, Алматинская, Южно-Казахстанская области).

Социальные факторы развития возобновляемой энергетики в РК.

К этим факторам относятся ухудшение качества жизни населения и социальная значимость возобновляемой энергетики Казахстана. Сегодня в Казахстане мы наблюдаем ухудшение качества жизни населения, что является отрицательным последствием от изменения климата: загрязнение окружающей среды в стране негативно влияет на здоровье людей (по результатам международных исследований, из-за чрезмерного воздействия свинца около 40 тысяч детей до 10 лет имеют неврологические расстройства); в городах страны наблюдается высокий уровень загрязнения воздуха, например, уровень концентрации твердых частиц в воздухе Казахстана выше в десятки раз, чем в ЕС, что является причиной преждевременных смертей (до 6 тысяч в год). Развитие и широкое внедрение ВИЭ в Казахстане будет иметь положительный социальный эффект за счет создания дополнительных рабочих мест и массового развития предпринимательской деятельности в сфере малого и среднего бизнеса. Так, по информации FinReview.info, предполагается создание более 500 тысяч новых рабочих мест, обеспечение высоких стандартов качества жизни для населения.

Таким образом, необходимость развития возобновляемой энергетики для всего мира очевидна, так как ВИЭ играют значительную роль в решении глобальных проблем, стоящих перед человечеством, – обеспечении энергетической, экологической и продовольственной безопасности [1, с. 99]. Оценка предпосылок развития возобновляемой энергетики в Казахстане показала, что важность развития данного сектора обусловлена влиянием различных политических, глобально-экологических, природно-климатических, экономических и социальных факторов на экономику и здоровье населения, экологический баланс и биосферу в масштабах страны и мира. С учетом ресурсного потенциала РК наиболее перспективными направлениями развития возобновляемой энергетики в стране являются ветровая и солнечная энергетика, малая гидроэнергетика. Проводимая в РК политика диверсификации энергоисточников производства тепловой и электрической энергии с преимущественным развитием ВИЭ в энергетической отрасли страны отвечает современным вызовам, обусловлена как вышеуказанными факторами, так и преимуществами использования ВИЭ в сравнении с традиционными источниками энергии и тепла (ТЭЦ, ТЭС и ЭС):

- ♦ преобладание сектора возобновляемой энергетики в энергетической отрасли страны позволит сохранить исчерпаемые природные углеводородные энергоресурсы для нужд будущих поколений, что станет важным политическим решением РК, соответствующим целям устойчивого развития;

- ♦ производство энергии из ВИЭ в стране дополнит объемы энергообеспечения и постепенное его увеличение в общем энергобалансе страны, снизит в настоящее время зависимость от традиционных источников тепла и энергии, а в перспективе – риски исчерпаемости первичных энергоресурсов;

- ♦ производство энергии из ВИЭ в южном и западном регионах, отдаленных от системы централизованного энергоснабжения, устранил политическую уязвимость и зависимость РК от импорта энергии из соседних государств;

- ♦ ресурсы ВИЭ в РК являются бесконечно возобновляемыми;

♦ ВИЭ являются более экологически чистыми, чем ТЭЦ, ТЭС и ЭС, и не оказывают отрицательного воздействия на здоровье населения, биосферу и экологический баланс в мировом и локальном масштабах, то есть их преобладание решит глобальные и локальные экологические проблемы;

♦ ВИЭ мобильны для использования индивидуальными потребителями в населенных пунктах РК, труднодоступных или отдаленных от сетей централизованного энергоснабжения, что исключает расходы на транспортировку тепло- и электроэнергии, следовательно, повышается рентабельность объектов ВИЭ, тогда как в чрезмерно централизованной системе передачи и снабжения электроэнергии и тепла транспортировка электроэнергии высокочувствительна из-за большой протяженности территории Казахстана и низкого уровня средней плотности населения (6,72 человека на 1 км²);

♦ энергия из ВИЭ в настоящее время дороже, чем из ТЭЦ, ТЭС и ЭС, но в будущем они могут сравняться с ними в цене или стать дешевле ввиду развития мировых трендов и уровня технологичности ВИЭ, а также из-за истощения запасов первичных энергоресурсов в РК, что делает инвестиционные вложения в ВИЭ в перспективе более прибыльными и менее рискованными, чем в ТЭЦ, ТЭС и ЭС;

♦ преобладание объектов ВИЭ снизит экономические потери страны, обеспечит дополнительный рост ВВП и высокие стандарты качества жизни населения, позволит создать новые рабочие места, сформировать новые смежные отрасли промышленности и сферы услуг, связанные с внутренним спросом на конструктивные элементы ВИЭ;

♦ ВИЭ не являются рыночным товаром, то есть не покупаются и не продаются, что исключает риски, связанные с зависимостью Казахстана от волатильности цен на традиционные энергетические ресурсы;

♦ ВИЭ более легко возводятся, менее сложные в аппаратном оформлении и капиталоемкие, поэтому окупаются быстрее, чем традиционные источники энергии и тепла;

♦ ВИЭ более приемлемы для унификации, сертификации и стандартизации оборудования для производства возобновляемой энергии, что может обеспечить снижение себестоимости возведения объектов ВИЭ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Жунусова Г.Ж., Омарбакиев Л.А. Современная структура энергетических ресурсов и возможности развития альтернативных источников в Казахстане // Актуальные научные исследования в современном мире: сборник трудов международной конференции. – Переяслав-Хмельницкий, сентябрь 2018. – Вып. 9(41). – Ч. 1. – С. 95–102.

2 Жунусова Г.Ж. Оценка потенциала развития альтернативных источников в Казахстане // Бъдещето въпроси от света на науката – 2018: материали XIV международна научна практична конференция. – София, 15–22 декември 2018 г. – С. 36–39.

3 Руководство для инвесторов по реализации проектов возобновляемых источников энергии в Казахстане // Региональная программа «Энергия будущего» при финансовой поддержке Агентства США по международному развитию (USAID). – Нур-Султан, 2019. – 179 с.

4 Сабитов И.М. Роль возобновляемых источников энергии в решении проблем энергетической отрасли Республики Казахстан // Журнал «Наука и техника». – 2015. – № 3–4. – С. 90–96.

Андатпа

Жаңартылған энергетика көздерінің басты факторына анализ жасау барысында негізгі даму заңдылықтары анықталды. Оған саяси факторлар, яғни энергетикалық қауіпсіздік факторына көмірсудың импорттан тәуелді болуы мен тұрақсыздылығына ықпал етуі; аймақтардың энергиямен бірқалыпты қамтамасыз етілуі; (көмір, мұнай, газ) энергетика ресурстарының таусылуы маңыздылығын атауға болады. Жаһандық экологиялық факторға себепші болған көмірсудың энергетикалық қалдықтары жергілікті халықтың денсаулығына, биосфераға, дүниежүзілік экологиялық теңгерімге масштабты әсерін тигізеді. Зиянды заттардың атмосфераға шығарылуы қалыпты жағдайда және ол басты мәселеге айналып отыр. Қазақстан Республикасындағы жаңартылатын энергия көздерінің ресурстық қауіпсіздігі жаңартылатын энергияны дамыту үшін, атап айтқанда, жел және күн қондырғыларын құру үшін әлеует болып табылады. Жаңартылатын энергия

көздерін дамыту үшін өнеркәсіп секторлары кәсіпорындарының жоғары энергия сыйымдылығының және елдің энергия тұтынуының өсуінің факторлары; ресурстарға әлемдік бағалардың құбылмалылық факторы, Қазақстанның бастапқы энергия ресурстарын пайдаланудан едәуір экономикалық шығындары маңызды экономикалық факторлар болып табылады. Әлеуметтік фактордың әсер етуі бір жағынан, халықтың өмір сүру сапасының құлдырауын көрсетсе, екінші жағынан, қайта қалпына келген энергия көздері халықты жаңа жұмыс орындарымен қамтамасыз етуімен қатар жоғары сапалы өмір салтын көрсетеді. Факторларды бағалау негізінде жаңартылатын энергетиканы дамытудың перспективалық бағыттары және оны Қазақстанда пайдаланудың артықшылықтары анықталды.

Тірек сөздер: жаңартылған энергетика, энергия ресурстары, даму факторы, перспективалар, артықшылығы, энергия теңгерімі.

Abstract

Within the framework of the conducted factor analysis, the main trends and patterns of development of the renewable energy sector have been established. The impact of policy factors, such as energy security, associated with instability and risk in a hydrocarbon import-dependent environment, was emphasized; uneven regional energy supply, determined by the shortage of energy resources in certain regions of the country; primary energy exhaustion factor (coal, oil and gas). The impact of global-environmental factors is due to the harmful effects of hydrocarbon energy waste on public health, the biosphere and environmental balance in a global and local scales. The dynamics of the amount of emissions into the atmosphere of harmful substances has a steady trend and remains a relevant aspect. The resource availability of renewable energy in the Republic of Kazakhstan is a potential for the development of renewable energy, in particular, for the creation of wind and solar installations. Significant economic factors for the development of renewable energy sources are the factors of high energy intensity of industrial sector enterprises and the growth of the country's energy consumption; a factor of volatility of world prices for resources, significant economic losses of Kazakhstan from the usage of primary energy resources. The influence of social factors, on the one hand, reflects the deterioration of the quality of life of the population, on the other hand - the social importance of renewable energy sources for creating new jobs and ensuring high standards of quality of life for the population. On the basis of the assessment of factors, promising directions of renewable energy development were determined and advantages of its usage in Kazakhstan were revealed.

Key words: renewable power, energy resources, factors of development, prospects, advantages, energy balance.

IRSTI 06.71.07
UDC 338.439

A.B. IRKITBAYEVA,¹
m.e.s.
D.I. ZAKIROVA,¹
PhD, professor.
ZH.K. ZHARYLKASSYN,¹
PhD student.
Turan University¹

FOOD SECURITY AND THE MACROECONOMY: THE RELATIONSHIP, ANALYSIS AND PROBLEM

Abstract

The problem of food security is one of the most important in the modern economy. It affects the interests of various countries, social and political forces, becoming increasingly relevant with the development of trade in agricultural products and food, the acceleration of globalization. The article considers the issues of food security in Kazakhstan. A comparative analysis with some Central Asian countries and with countries with more developed economies is carried out. The analysis of the leading indicators of the agricultural industry, the analysis revealed the problems of the food supply are given. Also, the interrelation between macroeconomic indicators of the country, in particular, GDP and the level of food security is established. As practice has shown, the essential tools for achieving food security and import independence include a properly organized system of foreign economic activity in the field of agriculture. The critical role of the state is also to create conditions for the rational use of productive resources to increase the competitiveness of the agro-industrial complex. Internal factors of competitiveness in addition to the resource and territorial factors include the appropriate transport and logistics infrastructure; low-interest rates for lending to agricultural enterprises; the availability of preferential treatment in importing countries; adequate protection of the domestic food market; investment and tax incentives; stimulation of the introduction of innovative processes. Thus, the country faces new challenges to achieve self-sufficiency in food.

Key words: food security, agriculture, competitiveness, productivity, macroeconomic indicators, national economy, economic analysis.

The study and analysis of the problem of food security are one of the most popular areas of modern Kazakh economic science. Such a significant interest in this problem is due to many circumstances.

Providing the population with food is a fundamental element of economic, social and political security of the state. Agriculture, which provides food security of the country, takes the place of the most important structural factor in the national economy. Food security in all its manifestations reflects the ability of this complex to ensure the balance and sustainability of economic development. At the same time, food security needs to ensure an optimal balance between domestic production and imported food supplies. Only under the condition of a stable situation in the domestic food market, the state can pursue an independent domestic and foreign policy.

The main priority of functioning of all agri-food national system - the person and satisfaction of his need for food therefore transformation of agri-food system has to be regulated within evolutionary development of the existing regional models of agri-food system on the basis of the analysis of dynamics of their development not only in the Kazakhstan territories, but also in foreign countries [1]. Local agricultural production cannot become either the primary source of income for rural residents or the main source of food for urban residents, so it is necessary to analyze not only local production but also the food distribution system and the population's food needs [2].

According to FAO of the Food and agriculture organization of the United Nations, the number of people in hunger reached 821 million in 2019 [3]. As planned in 2015, the number of hunger is expected to increase to 794.6 million people and reached its value (Figure 1, p. 243). In 2017, this indicator rose again; the situation was complicated and not optimal. However, in the world, according to the UN, 2 billion people eat low-quality food.

By the research of professor Sebastian Peyrouse, who is an expert in Central Asia, the macroeconomic data of the Central Asian States are often distorted, which makes attempts to measure

the real indicators of living standards impossible. Poverty is undoubtedly one of the main reasons for the unfavourable situation in the food sector. The share of family spending on food remains very high: 80% in Uzbekistan and Tajikistan, 58% in Kyrgyzstan. He also notes regular inflation, which affects the currencies of the Central Asian States, affects nutrition not only in terms of quantity but also quality. In all countries of the region, except Kazakhstan, the quality of wheat is so weak that it is used mainly as livestock feed, while high-quality wheat has to be imported from abroad. Whenever world wheat prices rise sharply, the people of Tajikistan and Kyrgyzstan switch to local wheat, which is less expensive but also less nutritious [4].

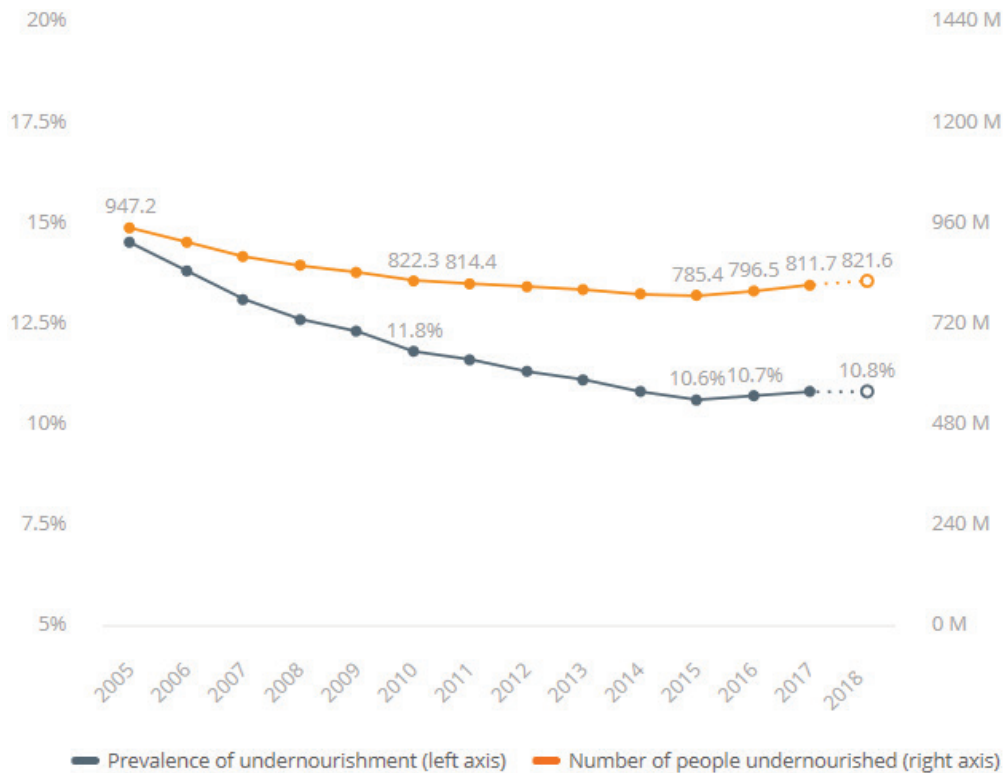


Figure 1 – Dynamics of the number of people affected by hunger in the world [3]

Despite programs designed to increase production, of all five Central Asian countries, only Kazakhstan was able to meet its grain needs. The other countries have no choice but to import on a large scale. Kyrgyzstan imports 43% of wheat consumed. Tajikistan buys abroad more than 50% of consumed grain, as well as 30% of beef, 80% of poultry, three-quarters of vegetable oil and almost all sugar.

Despite the above fact, according to the Economist Intelligence Unit food security index, Kazakhstan ranks 56th out of 109 countries. Several indicators need to be taken into account when assessing the food security index because the level of food security is assessed not only unilaterally. It is influenced by social, economic, political and environmental factors. It depends on the economic and physical capabilities of the population of the region. In this regard, it is necessary to revise the index of quality of life of the population. According to national statistics, the quality of life index for housing conditions of Kazakhstan in 2017 was 2.3, and the income index – 2.1, the health index – 5.9, the life satisfaction index – 8.9, the security index – 9.1 [5].

In our past research, we have repeatedly focused on the above factors, dividing them into external and internal. The influence of the state on the development of agricultural enterprises, improve the level of food security, in the form of financial support (concessional lending, subsidies, etc.), but still, do not give high indicators of food security. The share of agriculture and forestry in Kazakhstan’s GDP in 2019 was – 3.9% (Table 1, p. 244).

Table 1 – Comparative analysis of some economic indicators of Kazakhstan and other countries in 2018

Name of indicators	Kazakhstan	Uzbekistan	Kyrgyzstan
GDP in millions of US dollars	170 539	48 600	8 081
GDP per Capita in of US dollars	9 331	1 293	1 331,9
Share of agriculture, forestry in the GDP structure	3,9	28,7	12,1
Country population	18 608 079	31 032 925	6 294 587
Number of active agricultural enterprises			
- large	63		
- average	293	–	13
- small	6 592	18 051	417
Number of employees in agricultural thousand people	1 220,7	3 454,4	10,7
Livestock and poultry total, thousand heads	68 382	103 790	14 411
Expenditures from the state budget on agriculture in millions of US dollars	804,5	102,3	278,3
Note – Compiled by the authors based on the studied data of different departments of the countries [5, 6, 7].			

As can be seen from Table 1, some macroeconomic indicators of Central Asian countries (Uzbekistan, Kyrgyzstan) are shown. Over the past decades, Kazakhstan as a whole has a tendency to increase GDP, and in 2018 it amounted to 170 539 million US dollars, which is 4.7% higher than in 2017. The share of agriculture in the GDP of the Republic of Kazakhstan in 2018 was 3.9% and in Russia 4%. The share of agriculture in GDP is traditionally lower for countries with more developed economies. Developed economies such as the United States and Germany are characterized by a 1–3% share of agriculture in GDP. It should be noted that expenditures from the state budget for agriculture in 2018 amounted to 804.5 million us dollars.

The practice of state support for the agricultural sector of the economy, which has developed over the last time, covers a relatively wide range of sectors and sub-sectors of agriculture. The main volume of subsidies goes to support agricultural producers in such sectoral areas as livestock breeding and sheep breeding, the acquisition of chemicals and the development of crop production, crop insurance, financial resources are allocated to compensate for the costs of interest payments on loans and loans, for the implementation of regional programs and agricultural projects involving significant production and commercial effect. Support of domestic agriculture in order to ensure food independence of the country declared a priority task of the state.

In general, analyzing the results of macroeconomic indicators of the three Central Asian countries, it can be noted that Kazakhstan has good position indicators. However, to achieve high economic development indicators, the country needs to increase the efficiency of agricultural production.

The number of active agricultural enterprises in 2018 is 6948. The share of small business is 95%. The number of employed people in agriculture 1 220.7 thousand people. The number of cattle and poultry thousand heads 68 382. In General, the number of livestock and poultry since the beginning of the 90s has decreased sharply and had a positive trend only since 2000. At the end of 2018, the number of cattle was 7 673.1 thousand heads, sheep and goats 21 757.25 thousand heads and poultry 45 177.76 thousand heads.

It should be noted that the indicators of agricultural efficiency in Kazakhstan tend to improve, but compared to countries with more developed economies are relatively low. For example, the average milk yield in Kazakhstan in 2018 was 2 341 kg per cow, while in Germany 7 348 kg, and the United States 9 471 kg (Table 2, p. 245).

Low productivity indicators of the agricultural sector are characterized by an insufficient level of scientific and technological progress, which in turn reduces the level of competitiveness of agricultural enterprises.

The noted shifts in the 2000s were mainly a kind of “response” to the construction of the system of state support for agriculture of the country, first of all, the redirection of part of state spending based on the program-target approach.

Table 2 – Comparative analysis of agricultural productivity of different countries, 2017–2018

Name of indicators	Kazakhstan	Kyrgyzstan	Uzbekistan	Russia	Germany	USA
Average milk yield per 1 cow, kg	2 341	1 982	2 150	5 829	7 348	9 471
Average annual egg production, pieces	242	120	181	312	330	300
Grain yield, centners/hectare	13,5	31,3	43,4	22	73	82,7
Note – Compiled by the authors based on the studied data of different departments of the countries [3, 5, 6, 7].						

Against the background of extremely complex and contradictory macroeconomic situation and periodically escalating the crisis in agriculture over the past period of agrarian reforms, significant changes took place both in the overall structure of the industry and in the production of necessary food products.

The level of consumption of meat and dairy products in Kazakhstan is still very lagging in comparison with developed countries. For example, the level of consumption of meat and meat products is the highest in the United States and Australia – more than 100 kg per capita per year, i.e. almost 1.5 times higher than in Kazakhstan. According to the level of milk consumption, the highest indicators belong to France and Germany – 430 kg per capita per year, while milk consumption in Kazakhstan is almost twice lower than this level.

The analysis of the main factors of food security in Kazakhstan showed that their impact on the solution of this problem over the last quarter of a century was very spontaneous and mostly contradictory. On the one hand, some progress is evident in strengthening the food security of the state, on the other-threats to it retain their potential. Moreover, at the turn of the second decade of the 2000s, new internal and external threats that Kazakhstan had to face in the agro-industrial sphere in solving the problems of food security and availability came to the fore. New factors include the destabilization and decline in the world economy after the crisis of 2008–2009, the deterioration of the economic situation in the country, the fall in revenues from commodity exports, the strengthening of inflation since the end of 2014 and others.

According to the authors, it is possible to ensure the competitiveness of domestic food products only through constant technological and technical updating of existing production facilities, and, above all, in terms of expanding capacity and deepening the processing of raw materials in order to obtain products with higher added value.

The study shows that without significant measures of state support, the growth rate of production in the agricultural sector will be reduced, and accordingly, the food security index, especially against the background of a fall in GDP in 2016 by 26.5% compared to 2015.

LIST OF LITERATURE

- 1 World Bank. 1986. Poverty and Hunger: issues and options for food security in developing countries. Washington DC. [Electronic resource]. URL: <http://www-wds.worldbank.org> (order date: 15.09.2019).
- 2 Скрынник Е.Б. Продовольственная безопасность – важная составляющая системы национальной безопасности России // АПК. Экономика, управление. – 2010. – № 1. – С. 3–14.
- 3 Hunger and food insecurity. FAO official web-site: <http://www.fao.org> (order date: 15.09.2019).
- 4 Food security in Central Asia as a social and political challenge, Sebastien Peyrouse // PONARS Eurasia Policy note No 300. September 2013.
- 5 Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан: <http://www.stat.gov.kz> (дата обращения: 10.09.2019).
- 6 Государственный комитет Республики Узбекистан: <http://www.agro.uz/ru> (дата обращения: 10.09.2019).
- 7 Национальный статистический комитет Кыргызской Республики: <http://www.stat.kg/ru/> (дата обращения: 10.09.2019).

Аңдатпа

Азық-түлік қауіпсіздігі проблемасы қазіргі экономикадағы ең маңызды мәселелердің бірі болып табылады. Ол әр түрлі елдердің, қоғамдық және саяси күштердің мүдделерін қозғайды және ауыл шаруашылығы өнімдері мен азық-түлік саудасының дамуына, жаһандану үдерістерінің жылдамдығына қарай неғұрлым өзекті болып келеді. Мақалада Қазақстанның азық-түлік қауіпсіздігі мәселелері қарастырылған. Орталық Азияның кейбір елдерімен және экономикасы неғұрлым дамыған елдермен салыстырмалы талдау жүргізіледі. Ауыл шаруашылығы саласының негізгі көрсеткіштеріне талдау жасалынды, талдау барысында азық-түлікпен қамтамасыз ету проблемалары анықталды. Елдің макроэкономикалық көрсеткіштері, атап айтқанда ЖІӨ мен азық-түлік қауіпсіздігі деңгейі арасындағы өзара байланыс белгіленген. Зерттеудің өзектілігі азық-түлік қауіпсіздігінің ішкі және сыртқы факторларының маңыздылығымен анықталады. Тәжірибе көрсеткендей, азық-түлік қауіпсіздігі мен импорттық тәуелсіздікке қол жеткізудің маңызды құралдарына агроөнеркәсіп кешені саласындағы сыртқы экономикалық қызметтің дұрыс ұйымдастырылған жүйесі жатады. Мемлекеттің маңызды рөлі, сондай-ақ мемлекеттің агроөнеркәсіптік кешенінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында өндірістік ресурстарды ұтымды пайдалану үшін жағдай жасау болып табылады. Бәсекеге қабілеттіліктің ішкі факторлары ресурстық және аумақтық фактордан басқа тиісті көліктік-логистикалық инфрақұрылымды, ауыл шаруашылығы кәсіпорындарын кредиттеудің төмен пайыздық ставкаларын, импорттаушы елдерде жеңілдікті режимнің болуын, ішкі азық-түлік нарығын тиімді қорғауды, инвестициялар мен салықтық жеңілдіктерді, инновациялық процестерді енгізуді ынталандыруды қамтиды. Осылайша, елдің алдына азық-түлікпен өзі-өзі қамтамасыз ету деңгейіне қол жеткізу бойынша жаңа міндеттер қойылды.

Тірек сөздер: азық-түлік қауіпсіздігі, ауыл шаруашылығы, бәсекеге қабілеттілік, өнімділік, макроэкономикалық көрсеткіштер, ұлттық экономика, экономикалық талдау.

Аннотация

Проблема продовольственной безопасности является одной из самых значимых в современной экономике. Она затрагивает интересы различных стран, общественных и политических сил, становясь все более актуальной по мере развития торговли сельскохозяйственной продукцией и продовольствием, ускорения процессов глобализации. В статье рассмотрены вопросы продовольственной безопасности Казахстана. Проводится сравнительный анализ с некоторыми странами Центральной Азии и со странами с более развитой экономикой. Дан анализ основных показателей сельскохозяйственной отрасли, выявлены проблемы обеспечения продовольствием, установлена взаимосвязь между макроэкономическими показателями страны, в частности, ВВП и уровнем продовольственной безопасности. Как показала практика, к важнейшим инструментам достижения продовольственной безопасности относится правильно организованная система внешнеэкономической деятельности в сфере агропромышленного комплекса. Важная роль государства заключается в создании условий для рационального использования производственных ресурсов в целях повышения конкурентоспособности агропромышленного комплекса. Внутренние факторы конкурентоспособности помимо ресурсного и территориального фактора включают в себя соответствующую транспортно-логистическую инфраструктуру, низкие процентные ставки кредитования сельхозпредприятий, наличие льготного режима в странах-импортерах, эффективную защиту внутреннего продовольственного рынка, инвестиции и налоговые льготы, стимулирование внедрения инновационных процессов. Таким образом, перед страной поставлены новые задачи по достижению уровня самообеспеченности продовольствием.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, сельское хозяйство, конкурентоспособность, продуктивность, макроэкономические показатели, национальная экономика, экономический анализ.

МРНТИ 06.73.07
УДК 336.01

А.Б. НУСУПЕКОВА,¹
докторант.
Университет «Туран»¹

МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Аннотация

Статья посвящена классификации и анализу методов, доступных для разработки финансовой стратегии компании. Автор дает собственную классификацию этих методов и выделяет достоинства и недостатки каждой группы. Этот анализ важен для исследований и практических разработок в области финансовой стратегии. Для современного менеджмента аналитическая работа становится одним из важнейших направлений финансового менеджмента на предприятиях, а формирование научно обоснованных финансовых прогнозов и стратегий – объективной необходимостью. Результативность финансового менеджмента во многом зависит от того, как строится система управления, т.е. система разработки, обоснования и реализации управленческих решений на принятом горизонте бизнес-планирования. В работе кратко рассматривается способность каждой группы методов, предписанных финансовыми стратегиями, определять экономическое поведение компаний. Автор приводит систему этих методов в рамках их практического использования, проводит анализ преимуществ и недостатков использования различных подходов финансового анализа. Большая часть рассматриваемых методов, составляющих основу подсистемы методического обеспечения управленческого процесса, является разработками зарубежных ученых и консалтинговых фирм. Использование этих способов приносит результаты только в том случае, если они согласуются между собой, развивая и дополняя друг друга, а также согласуются с экономикой отечественных предприятий.

Ключевые слова: типы стратегий, финансовое управление, финансовые показатели, методы, подходы, матричные техники, анализ портфеля, аудит.

В стратегическом управлении есть три типа стратегий: корпоративные, функциональные стратегии и стратегии отдельных бизнес-единиц. Финансовая стратегия, наряду с маркетинговой, производственной, кадровой и инновационной стратегиями, относится к функциональным стратегиям, которые детализируют корпоративную стратегию и поддерживают стратегии отдельных бизнес-единиц ресурсами. Стоит отметить, что функциональные стратегии тесно связаны друг с другом. Таким образом, финансовая стратегия тесно связана с производственной, кредитной и инновационной стратегиями.

В настоящее время многие компании осознают необходимость стратегического планирования финансовой деятельности в условиях постоянной адаптации к изменениям внешней и внутренней среды. Стратегия – это долгосрочный план действий фирмы, который направлен на достижение ряда целей, вытекающих из внешнего и внутреннего аудита фирмы и основанных на имеющихся ресурсах [1].

В ходе работы была собрана информация о различных методах, доступных для разработки финансовой стратегии компании. Эти методы были затем классифицированы на шесть групп в соответствии с их основным подходом:

- 1) матричные техники;
- 2) методы, основанные на концепции остаточного дохода;
- 3) методы анализа портфеля;
- 4) методы, основанные на финансовых результатах;
- 5) рейтинговый подход;
- 6) методы смешанного типа.

1 группа. Анализ различных работ показал, что зарубежные исследователи широко используют матричный метод для разработки финансовой стратегии. Это позволяет им создать модель организации в настоящее время и ее желаемое положение в будущем. Этот подход описывает различные возможные состояния организации посредством внутренней и внешней проверки ее положения, роли и возможностей. В настоящее время одним из наиболее известных зарубеж-

ных матричных подходов является матрица финансовых стратегий Дж. Франсона и И. Романа, которая помогает условно приписать организацию к одному из матричных квадрантов путем расчета ее основных показателей, таких, как экономические показатели, финансовые показатели и результат финансово-хозяйственной деятельности. Матричный подход представлен методом Акулова. Исследователь разрабатывает подход, предложенный Дж. Франсона и И. Романа, для создания матрицы стратегий, которая добавляет возможность анализировать динамику [2].

2 группа. В отличие от первого, другой зарубежный подход, обозначенный как отдельная группа, – метод, основанный на понятии остаточного дохода. Он типизируется моделью EVA, которая применяет остаточный подход Альфреда Маршалла. В стратегии используется оценка стоимости бизнеса, при которой стоимость компании определяется через ее балансовую стоимость, увеличенную на текущую стоимость ее добавленной стоимости. Эта модель служит инструментом для измерения будущей стоимости, создаваемой инвестициями, и оценивает качество управленческих решений [3].

3 группа. Методы анализа портфеля довольно распространены в управлении, особенно в зарубежной практике. Как и матричные методы, все методы этой группы используют свой анализ. Однако анализ портфельных инвестиций, определяющий наиболее выгодное объединение бизнеса или различные стратегические направления управления компанией, занимает здесь лидирующую позицию. Методы различаются по типам показателей для оценки бизнеса. Зарубежными представителями методов портфельного анализа являются матрица Boston Consulting Group, концепция стратегического управления Артура Д. Литтла, матрица McKinsey & Co, матрица Shell и матрица Ансоффа. В отечественной практике портфельные методы в основном используются для создания новых синтетических подходов [4].

4 группа. Следующая группа, заслуживающая рассмотрения, основана на финансовых результатах (известных как метод коэффициента). В этой группе финансовые показатели играют доминирующую роль. Итак, основой формулы DuPont является факторный анализ, который рассматривает доходность капитала под влиянием различных факторов и, соответственно, разрабатывает стратегию, основанную на росте этого показателя. Модель Альтмана также учитывает несколько финансовых показателей, которые влияют на уровень вероятной потери платежеспособности, и, следовательно, стратегия исходит из снижения уровня риска. Представитель этой группы М. Сорокин предлагает классифицировать финансовые показатели по группам пользователей и областям бизнес-решений. В этом методе стратегия основана на оценке и максимизации стоимости бизнеса посредством финансовых и нефинансовых решений. Метод, представленный О.В. Несмачным, предлагает комплексную модель финансовой стратегии, основным инструментом которой является система сбалансированных показателей, адаптированных к реалиям стран постсоветского пространства [5].

5 группа. Другая группа представляет собой набор рейтинговых подходов. В этой группе выделяется метод М.Л. Дорофеева. Этот подход разрабатывает матричный метод, добавляя рейтинг компаний. Он представляет собой набор аналитических результатов различных финансовых и нефинансовых показателей, определенных экспертами.

6 группа. Последняя, но не менее важная группа включает в себя методы смешанного типа, использующие несколько методов для разработки финансовых стратегий. Наиболее известным из них является матрица И. Бланка, которая определяет финансовые стратегии в зависимости от фазы жизненного цикла предприятия, различных финансовых показателей и доминирующих сфер с помощью матричного подхода. Методика Т.В. Гениберга, Н.А. Ивановой и О.В. Полякова синтезирует портфельный подход BCG и формулу DuPont с акцентом на финансовую стратегию, основанную на оценках устойчивого роста компании [6]. Однако в подходе Аминовой применяется динамический анализ активов и пассивов компании. М.В. Горелкина и Н.Н. Погостинская, в свою очередь, использует различные финансовые показатели и учитывает систему возможностей и угроз, предоставляемых окружающей средой. Аналогичную процедуру используют А.В. Воробьев и В.М. Иванова, но они добавляют потенциал финансовых ресурсов. В отличие от них, метод Карпова состоит из восьми этапов, объединенных в три фазы [5]. Что касается Л.В. Аверьяновой, она использует SWOT-анализ, дополненный подбор-

кой соответствующих финансовых показателей. Другой исследователь – А.А. Пешкова добавляет специальный метод для расчета рационального пути устойчивого развития, который облегчает выбор разумных рыночных альтернатив путем определения темпов роста финансового потенциала фирмы.

Сравнительный анализ финансовых стратегий представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ финансовых стратегий: преимущества и недостатки

Методы	Преимущества	Недостатки
1. Матричные техники	Потенциальный широкий круг пользователей	Не учитывается стадия жизненного цикла компании. Субъективность определения стратегической позиции компании
2. Методы, основанные на понятии остаточного дохода	Четкий метод расчета. Влияние многочисленных факторов, принимаемых во внимание	Не учитывается стадия жизненного цикла компании. Большое количество правок (160 штук)
3. Методы анализа портфеля	Сравнению подлежат различные виды компаний	Могут быть даны в основном общие рекомендации
4. Методы, основанные на финансовых результатах	Сравнению подлежат различные виды компаний	Неуниверсальный. Учитывается ограниченное количество источников
5. Рейтинговый подход	Могут быть даны рекомендации по дальнейшему развитию компании и ее текущему состоянию. Возможно использование финансового и нефинансового анализа	Субъективный. Учтены не все особенности внешней среды и ее изменения
6. Методы смешанного типа	Модификация моделей. Легко найти подходящий метод для конкретного бизнеса	Ограниченная или слишком общая область применения. Нет разработанной технологии для реализации финансового решения
Примечание – Составлено автором.		

Как видно из представленной выше таблицы, у каждой группы есть свои сильные и слабые стороны. Внутри каждого метода могут быть некоторые различия. Рассмотрим преимущества и недостатки этих методов, чтобы понять различия между ними.

Преимущество матрицы Дж. Франсона и И. Романа, кроме уже перечисленных в таблице матричных методик, заключается в том, что можно анализировать динамику финансового состояния и перспективы платежеспособности компании. Недостатком является то, что может быть трудно определить местоположение предприятий в матричных квадрантах в конкретный период. Другой матричный подход этой группы – метод Акулова позволяет анализировать стратегии в динамике.

Методы анализа портфеля также имеют некоторые различия внутри группы. Например, еще одним преимуществом матрицы BCG является то, что она определяет возможные приоритеты при выборе маркетинговых, производственных и финансовых решений для различных видов деятельности, стратегий конкуренции и формирования бизнес-портфеля компании. Кроме того, этот подход предлагает обзор спроса и конкурентоспособности компании. Недостатки в том, что вся матрица не имеет смысла, если нет возможности роста и отсутствуют средние значения параметров, так как разделена только на 4 группы. В то же время еще одним преимуществом матрицы McKinsey and Co. является то, что она использует средние значения и широкий набор переменных.

Подход Сорокина как одного из методов, основанных на финансовых показателях, имеет некоторые дополнительные преимущества: он рассматривает финансовые показатели через

финансовое состояние сфер решения. Преимущество формулы DuPont заключается в том, что ее легко рассчитать и провести анализ. Недостатком является то, что в данном подходе используются только показатели бухгалтерской отчетности без учета других источников данных.

Методы смешанного типа сталкиваются с большинством различий между подходами. Таким образом, метод А.В. Воробьева и В.М. Иванова подробно описывает методологию поэтапного внедрения, но она очень специфична, так как разработана для предприятий водного транспорта. В модели используются только показатели бухгалтерского отчета и, следовательно, не хватает достоверности результатов модели.

Матрица возможных стратегических направлений финансового развития И. Бланка, с другой стороны, учитывает возможные изменения отдельных факторов и среды. Преимущество метода предоставлено Т.В. Генибергом, Н.А. Ивановой и О.В. Поляковой – это различие между финансовой политикой и политикой фирмы по финансированию своей деятельности. Его основным недостатком является отсутствие математической модели для расчета переходов из одного квадранта в другой.

В заключение следует отметить, что выбор метода разработки стратегии финансирования компании зависит от многих факторов: от типа бизнеса, жизненного цикла компании, специфики вида деятельности, факторов внешней среды и целей, поставленных топ-менеджментом предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Клинцова Т.В. Оценка эффективности кредитного механизма // Финансы и кредит. – Новосибирск. – 2007. – 22 с.
- 2 Акулов В.Б. Финансовый менеджмент. – Петрозаводск, 2002. – С. 221.
- 3 Young S.D. and S.O'Byrne. EVA and Value-Based Management: A Practical Guide to Implementation // McGraw-Hill. 2000. P. 421.
- 4 Эдронова В.Н., Воробьев А.В. Генезис зарубежных концепций стратегического финансового планирования // Финансы и кредит. – № 18. – 2011. – С. 450.
- 5 Воробьев А.В. Российские методологические подходы к разработке финансовой стратегии компании // Финансы и кредит. – 2017. – № 16. – С. 448.
- 6 Гениберг Т.В., Иванова Н.А., Полякова О.В. Сущность и методологические основы разработки финансовой стратегии предприятия // Научные записки НГУЭУ. – 2018. – № 4. – С. 205.

Аңдатпа

Бұл мақала компанияның қаржылық стратегиясын әзірлеу үшін қол жетімді әдістерді жіктеу мен талдауға арналған. Автор осы әдістердің өзіндік жіктелісін береді және әр топтың артықшылықтары мен кемшіліктеріне назар аударады. Бұл талдау қаржылық стратегия саласындағы зерттеулер мен практикалық әзірлемелер үшін маңызды. Қазіргі менеджмент үшін аналитикалық жұмыс кәсіпорындардағы қаржыны басқарудың маңызды бағыттарының біріне айналады, ал ғылыми негізделген қаржылық болжамдар мен стратегияларды қалыптастыру объективті қажеттілікке айналады. Қаржы менеджментінің тиімділігі көбінесе басқару жүйесінің қандай принциптерге негізделгеніне байланысты, яғни бизнес жоспарлаудың қабылданған көкжиегіндегі басқару шешімдерін әзірлеу, негіздеу және іске асыру жүйесі. Жұмыста әр топтың қаржылық стратегияларда белгіленген әдістердің компаниялардың экономикалық мінез-құлқын анықтауға мүмкіндігі туралы қысқаша айтылады. Автор осы әдістердің жүйесін практикалық қолдану аясында ұсынады, қаржылық талдаудың әр түрлі тәсілдерін қолданудың артықшылықтары мен кемшіліктерін талдайды. Басқарушылық процесті әдістемелік қамтамасыз етудің ішкі жүйесінің негізін құрайтын қарастырылған әдістердің көпшілігін шетелдік ғалымдар мен консалтингтік фирмалар әзірлейді. Бұл әдістерді қолдану, егер олар бір-біріне сәйкес келсе, бірін-бірі толықтыра отырып дамиды, сонымен қатар отандық кәсіпорындардың экономикасына сәйкес келсе ғана нәтиже береді.

Тірек сөздер: стратегиялардың түрлері, қаржылық басқару, қаржылық көрсеткіштер, әдістер, тәсілдер, матрицалық әдістер, қоржынды талдау, аудит.

Abstract

This article is devoted to the classification and analysis of the methods available for the development of a company's financial strategy. The author gives own classification of these methods and highlights the advantages and disadvantages of each group. This analysis is important for research and practical development in the field of financial strategy. For modern management, analytical work becomes one of the most important areas of financial management at enterprises, and the formation of scientifically-based financial forecasts and strategies becomes an objective necessity. The effectiveness of financial management largely depends on what principles the management system is based on, i.e. a system for the development, justification and implementation of management decisions on the accepted horizon of business planning. The paper briefly discusses the ability of each group of methods prescribed by financial strategies to determine the economic behavior of companies. The author provides a system of these methods in the framework of their practical use, analyzes the advantages and disadvantages of using various approaches to financial analysis. Most of the considered methods, which form the basis of the subsystem of methodological support of the managerial process, are developed by foreign scientists and consulting firms. The use of these methods yields results only if they are consistent with each other, developing complementing each other, and are also consistent with the economy of domestic enterprises.

Key words: types of strategies, financial management, financial indicators, methods, approaches, matrix techniques, portfolio analysis, audit.

МРНТИ 08.00.12
УДК 657. 351

С.К. БАРЫШЕВА,¹
к.э.н., доцент.
Н.А. БОЗГУЛОВА,¹
докторант.
Университет «Туран»¹

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ АУДИТА И АНАЛИЗА СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА

Аннотация

В статье раскрывается экономическая сущность собственного капитала организации, рассмотрены основные аспекты аудита и анализа собственного капитала. Капитал, отражающейся в 5 разделе баланса, есть стоимостное выражение имущества и других активов предприятия, необходимых для осуществления его хозяйственной деятельности. Авторы подробно раскрыли процедуры и последовательность аудита, порядок проверки своевременности и законности образования капитала. Немаловажное значение имеет проверка соблюдения порядка изменения его величины, правильности отражения операций на счетах бухгалтерского учета. Проверка капитала оценивает внутреннее финансово-экономическое состояние предприятия. Смысл аудита собственного капитала – выявление на определенный период времени реального состояния дел, величины капитала предприятия. В процессе аудита собственного капитала использовались общенаучные методы (анализ и системный подход), диалектический метод познания и специфические приемы, присущие аудиту как методы документального контроля. Аудиторская проверка собственного капитала начинается с изучения данных баланса и отчета об изменении собственного капитала в части формирования собственного капитала. Затем аудитор должен выразить мнение о достоверности данных показателей бухгалтерского учета и финансовой отчетности, отражающих состояние собственного капитала. Анализ капитала представляет собой совокупность процедур и действий, обеспечивающих процесс непрерывного целенаправленного подбора соответствующих информативных показателей. Эти показатели необходимы для подготовки и принятия эффективных управленческих решений по всем аспектам формирования и использования капитала организации. Таким образом, авторами изучено аналитическое обеспечение аудита и анализа капитала, определена роль информационных потоков в процессе управления собственным капиталом.

Ключевые слова: собственный капитал, уставный капитал, нераспределенный доход, процедуры аудита, приемы аудита, методика анализа, этапы анализа.

Для успешного осуществления финансово-хозяйственной деятельности организация должна располагать экономическими ресурсами, принадлежащими ей и контролируемые ею в результате прошлых сделок и других событий, от использования которых она ожидает экономическую выгоду в будущем периоде. Эти ресурсы называются собственным капиталом [1].

В условиях развития различных форм собственности в Казахстане особенно актуальным становится исследование вопросов аудита и анализа собственного капитала. Здесь большое внимание заслуживают аспекты формирования и частичное или полное воспроизводство статей 5 раздела бухгалтерского баланса. Дальнейшее становление и развитие предпринимательства во многом зависит от разумного управления капиталом самого собственника. Он должен владеть всеми учетными и аналитическими данными о вложенных собственных средствах.

Компонентами собственного капитала являются:

- ◆ взносы учредителей, т.е. вклады собственников для формирования уставного капитала;
- ◆ безвозмездно полученные средства;
- ◆ нераспределенная прибыль.

Обобщая и рассматривая различные подходы и точки зрения ученых, по поводу учетно-экономической категории «капитала» мы резюмируем: «Капитал – это величина вложений собственников, изменяющаяся в ходе процессов хозяйственной деятельности и находящиеся в распоряжении организации без ограничения сроков. Ее размер является обобщающим показателем эффективности деятельности и используется для определения многих качественных показателей организации». Далее рассмотрим основные виды собственного капитала.

Внесенная учредителями сумма вклада, занимающая наибольший удельный вес в составе капитала, – это уставный капитал. Порядок его формирования зависит от организационно-

правовой формы предприятия. Ведение учета уставного капитала рассматривается в учетной политике организации. К юридическим документам, регулирующим уставный капитал, относятся Гражданский кодекс, Законы РК «О хозяйственных товариществах», «О товариществах с ограниченной ответственностью», «Об акционерных обществах» и «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности».

Следующий по важности капитал организации – это резервный капитал. Он призван быть обеспечением для покрытия убытков, гарантией благосостояния собственников и страховым резервом для всех заимодателей. Величина и порядок образования резервного капитала определяются уставом организации [2].

Основной финансовый показатель организации – это нераспределённая прибыль. Ее используют на выплату дивидендов, отчисления в резервный капитал и возмещение убытков предприятия.

В бухгалтерском балансе имеются и другие статьи, характеризующие собственный капитал, но мы рассмотрели наиболее характерные для предприятий малого бизнеса.

На наш взгляд, особое место при аудите капитала должно быть отведено аудиту статей пассива, отраженных в 5 разделе бухгалтерского баланса [3].

Для раскрытия поставленных целей аудита статей собственного капитала рассмотрим следующие категории: существование, полнота, оценка, права и обязательства, представление и раскрытие. Процедуры последовательности аудита рассмотрены в таблице 1 [3].

Таблица 1 – Последовательность проверки собственного капитала для ТОО и акционерных обществ

Направление аудита	Процедуры аудита	Приемы аудита
Существование	Проверка отражения на счетах изменения собственного капитала, приобретения, ограничения на нераспределенную прибыль или другие хозяйственные операции по собственному капиталу	Формальная
Полнота	- проверка оборотов и остатков по счетам синтетического учета, оборотов и остатков по счетам аналитического учета, данные главной книги и баланса; - проверка полноты и своевременности прихода взносов (вкладов) учредителей; - проверка обоснованности изменения уставного капитала и своевременности внесения его в учредительные документы	Арифметическая
Оценка	Соответствие оценки выпущенных акций учетным принципам	Логическая
Представление и раскрытие	- ведется ли правильный учет планов выпуска акций с премиями, гарантиями и предоставляются ли соответствующие адекватные раскрытия; - раскрыто ли получение доходов и образование резервов согласно нормативно-правовым актам и МСФО	Арифметическая
Права и обязательства	- проверка отражения на счетах предоставления гарантий, прав на акции с опционом, дивидендов	Логическая, формальная
Примечание – Составлено авторами.		

В процессе проведения аудита собственного капитала актуальными становятся вопросы соответствия содержания учредительных документов, синтетического и аналитического учета, соответствия размера уставного капитала.

В таблице 2 (стр. 254) рассмотрены основные направления проверки на соответствие учетных данных по собственному капиталу таким документам, как устав или учредительные документы организации.

В заключение процедур проверки аудитор определяет, насколько выявленные отклонения в учете собственного капитала несущественны в сравнении с требованиями нормативных документов РК.

Таблица 2 – Основные направления проверки на соответствие учетных данных по собственному капиталу различным нормативным документам

Аудиторские процедуры	Цель аудита	Информационная база проверки
Для предприятий малого бизнеса		
Сверка данных уставного капитала с учредительными документами	Достоверность	Устав, учредительные документы
Контроль правильности формирования и использования резервного капитала	Надежность	Учетная политика
Изучение вопросов формирования и использования нераспределенной прибыли	Достоверность	Учетная политика, баланс
Для акционерных обществ		
Сопоставление данных по объявленной задолженности, изучение причин неуплаты и невнесения сумм	Надежность	Протоколы и другие решения общих собраний
Проверка соответствия сумм акционерного капитала по реестру акционеров суммам по балансу	Соответствие	Бухгалтерский баланс
Исследовать реестр акционеров – сальдо на начало и конец с результатами операций по приобретению акций	Сверить	Реестр акционеров
Получить письменное свидетельство о количестве выпущенных и обращающихся акций	Достоверность	Свидетельство о выпуске акций
Просмотр реестра акционеров и держателей большого числа акций	Выявить	Реестр акционеров
Примечание – Составлено авторами на основе источника [3].		

Оценка состава собственного капитала служит основой для расчета финансового состояния предприятия. Целью анализа является изучение состава, структуры и эффективности использования собственного капитала и определение его доходности. При этом надо помнить о внутренних (нераспределенная прибыль) и внешних (взнос учредителей, эмиссия ценных бумаг, безвозмездная финансовая помощь) источниках образования собственного капитала.

Проведение всестороннего анализа имеет немаловажное значение для управления капиталом, разработки его механизма и информационно-аналитической базы. Обобщенная оценка собственного капитала – это совокупность процедур, обеспечивающих процесс постоянного поиска и подбора соответствующих информативных показателей. Эти показатели используются для подготовки и принятия действенных управленческих решений по всем аспектам формирования и использования капитала организации [4].

Методика анализа капитала предполагает проведение структурного анализа его размера и оценку основных составляющих, которые проводятся на основе изучения показателей 5 раздела бухгалтерского баланса. Основываясь на изучении опыта ученых СНГ и РК, мы предлагаем следующие этапы анализа собственного капитала для предприятий малого бизнеса.

1. Изучить бухгалтерский баланс. Горизонтальный анализ показывает общее движение статей 5 раздела баланса. Выявленное увеличение итогов раздела «Собственный капитал» оценивается положительно, потому что показывает увеличение прибыли и резервного капитала, а уменьшение – отрицательно, так как представляет уменьшение нераспределенной прибыли и уставного капитала. Затем необходимо определить характер отклонений каждой статьи этого раздела. Вертикальный анализ позволит определить удельный вес каждой статьи собственного капитала.

2. Оценить движение капитала. Здесь нужно проанализировать, по каким статьям 5 раздела были поступления и использование средств собственного капитала.

3. Исследовать состав и структуру капитала. Для внешних пользователей структурные изменения капитала не столь важны. Но для внутренних пользователей информации изменение структуры капитала имеет значение для принятия управленческих решений. Эти изменения в составе капитала влияют также на оценку деятельности предприятия в целом. Соотношение собственных и привлеченных средств должно быть оптимальным. Это соотношение характеризует финансовое положение и устойчивость предприятия. Далее, проводя анализ за ряд лет, необходимо изучить источники формирования собственного капитала [4].

Предлагаемые этапы оценки состояния капитала мы представили в таблице 3.

Таблица 3 – Основные этапы анализа собственного капитала

Этапы анализа	Аналитические процедуры	Источники информации
1. Горизонтальный анализ	Абсолютное и относительное изменение состава собственного капитала	Баланс (отчет о финансовом положении)
2. Вертикальный анализ	Структурные изменения собственного капитала	Баланс (отчет о финансовом положении)
3. Анализ структуры капитала	Определение соотношения собственных и привлеченных средств	Баланс, отчет об изменениях собственного капитала
4. Анализ движения капитала	Изменения состава собственного капитала за счет движения средств организации	Баланс, отчет о прибылях и убытках
5. Оценка эффективности использования капитала	Определение рентабельности собственного капитала. Рентабельность СК = Чистая прибыль / Собственный капитал	Баланс (отчет о финансовом положении), отчет о прибылях и убытках

Примечание – Составлено авторами.

Нами изучено аналитическое обеспечение управления капиталом организации и факторы, влияющие на его формирование, определена роль информационных потоков в процессе управления капиталом.

В настоящее время структура собственного капитала является инструментом, который оказывает ощутимое влияние на финансовое состояние хозяйствующего субъекта, т.е. его стабильную платежеспособность, величину нераспределенной прибыли, рентабельность деятельности.

Таким образом, анализ и аудит собственного капитала предполагает изучение финансовой отчетности в части законности изменения его величины и разработку внутренних стандартов для проверки собственного капитала на предприятиях реального сектора экономики. Способность приносить доход является основной характеристикой использования капитала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Жакипбеков Д.С. Учетная и налоговая учетная политика предприятия: учеб. пособие. – Алматы: Экономика, 2013. – 381 с.
- 2 Ажибаева З.Н. Аудит: учеб. пособие. – Алматы: Экономика, 2004. – 512 с.
- 3 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 378 с.
- 4 Дюсембаев К.Ш. Анализ финансовой отчетности: учебник. – Алматы: Экономика, 2009. – 366 с.

Андатпа

Мақалада ұйымның меншікті капиталының экономикалық мәні, аудит және меншікті капиталды талдаудың негізгі аспектілері қарастырылған. Баланстың 5 бөлімінде көрсетілген капитал кәсіпорынның шаруашылық қызметін жүзеге асыру үшін қажетті мүліктері мен басқа да активтерінің құндық көрінісі болып табылады. Авторлар аудиттің процедуралары мен реттілігін, капиталдың қалыптасуының уақтылығы мен заңдылығын тексеру тәртібін толық қарастырды. Оның шамасының өзгеру тәртібінің сақталуын, бухгалтерлік есеп шоттарында операциялардың дұрыс көрсетілуін тексеру маңызды мәнге ие. Капиталды тексеру кәсіпорынның ішкі қаржы-экономикалық жағдайын бағалайды. Меншікті капитал аудитінің мәні – уақыттың белгілі бір кезеңінде істің нақты жай-күйін, кәсіпорын капиталының шамасын анықтау. Меншікті капитал аудиті процесінде жалпы ғылыми әдістер (талдау және жүйелік тәсіл), танымның диалектикалық әдісі және аудитке тән деректі бақылау әдістері ретінде арнайы тәсілдер қолданылды. Меншікті капиталды аудиторлық тексеру баланс деректерін және меншікті капиталды қалыптастыру бөлігінде меншікті капиталдың өзгеруі туралы есепті зерделеуден басталады. Одан кейін аудитор меншікті капиталдың жай-күйін көрсететін бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік көрсеткіштері деректерінің дұрыстығы туралы пікір білдіруге тиіс. Капиталды

талдау тиісті ақпараттық көрсеткіштерді үздіксіз мақсатты түрде іріктеу процесін қамтамасыз ететін рәсімдер мен іс-қимылдар жиынтығы болып табылады. Бұл көрсеткіштер ұйымның капиталын қалыптастыру мен пайдаланудың барлық аспектілері бойынша тиімді басқару шешімдерін дайындау және қабылдау үшін қажет. Осылайша, авторлар аудиттің аналитикалық қамтамасыз етілуін және капиталдың талдануын зерттеді, меншікті капиталдың басқару процесінде ақпарат ағындарының рөлін анықтады.

Тірек сөздер: меншікті капитал, жарғылық капитал, бөлінбеген табыс, аудит процедуралары, аудит тәсілдері, талдау әдістемесі, талдау кезеңдері.

Abstract

The article reveals the economic essence of the organization's equity, considers the main aspects of audit and analysis of it. The equity reflected in section 5 of the balance sheet is the value of the property and other assets of the enterprise necessary for the implementation of its economic activities. The authors have in detail disclosed the procedures and sequence of the audit, the procedure for checking the timeliness and legality of equity formation. It is important to check compliance with the procedure for changing its value, the correctness of the reflection of transactions on the accounts. Equity audit assesses the internal financial and economic condition of the enterprise. The meaning of equity audit is to identify for a certain period of time actual state of affairs in enterprise, that is, reliable picture of its state. In the process of equity audit, general scientific methods (analysis and system approach), dialectical method of cognition and specific methods inherent in audit as methods of documentary control were used. Audit of equity should begin with the study of balance sheet data and a report on changes in equity in terms of the formation of equity capital, as well as expressing opinions on the reliability of these indicators of accounting and financial statements that reflect the state of the own capital. Equity analysis is a procedure of actions that ensure the process of continuous targeted selection of relevant informative indicators necessary for the preparation and adoption of effective management decisions on all aspects of the formation and use of the organization's equity. Thus, the authors studied the analytical support of audit and analysis of equity, determined the role of information flows in the process of managing equity.

Key words: equity, authorized capital, retained earnings, audit procedures, audit techniques, methods of analysis, stages of analysis.

МРНТИ 06.73.02
УДК 336.025

К.Е. АБДУЛКАРИМОВА,¹

магистрант.

С.С. АУБАКИРОВ,²

PhD.

Университет международного бизнеса.¹

Казахский национальный университет им. аль-Фараби²

ОБЗОР ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ ОТМЫВАНИЮ ДЕНЕГ И ФИНАНСИРОВАНИЮ ТЕРРОРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

Ежегодно требования законодательства к субъектам финансового мониторинга ужесточаются, повышаются требования к надлежащему исполнению законодательных норм по противодействию отмыванию денег и финансированию терроризма, ужесточаются санкции за несвоевременное обнаружение сомнительных транзакций. Организациям грозят репутационные потери, риски высоких штрафов и приостановление лицензий за неисполнение своих обязательств. Именно поэтому крайне важна разработка и внедрение высокотехнологичных систем по противодействию отмыванию денег и финансированию терроризма (AML-систем), отвечающих всем требованиям законодательства Республики Казахстан в сфере противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма, современным технологичным тенденциям и требованиям цифровой экономики. В рамках данной статьи изучены функционирующие на рынках Казахстана AML-системы, проанализированы требования к системам противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма и Закон Республики Казахстан «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». По результатам проведенного анализа выработан перечень рекомендаций по изменению и дополнению законодательных норм и рекомендации по созданию необходимой AML-системы.

Ключевые слова: отмывание доходов, взаимное оценивание, финансовый мониторинг, транзакция, платежные системы, финансовые потоки, риск-ориентированный контроль.

Сокращение ПОД/ФТ означает «противодействие отмыванию денег и финансированию терроризма» (зарубежный аналог AML/CFT – Anti-money laundering and combating the financing of terrorism). Под данной аббревиатурой принято понимать сформировавшуюся международную систему по борьбе с отмыванием денег и финансированием терроризма, включающую национальные подразделения финансовой разведки.

Основным элементом ПОД/ФТ является сбор необходимых сведений о сомнительных операциях и подозрительных клиентах службами внутреннего контроля субъектов финансового мониторинга. Противодействием и координацией данного вопроса занимается межправительственная организация ФАТФ (FATF), которая регулярно обновляет и формирует стандарты в области противодействия отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма (ПОД/ФТ), а также регулярно проводит аттестацию соответствия национальных систем ПОД/ФТ на соответствие данным стандартам. Ключевым инструментом ФАТФ являются выработанные 40 рекомендаций в сфере ПОД/ФТ, которые подвергаются ревизии в среднем один раз в пять лет.

Наблюдается одна особенность в странах-членах организации ФАТФ в соответствии с законодательством по борьбе с отмыванием денег и финансированием терроризма, ответственность за исполнение процедур лежит на субъектах финансового мониторинга (финансовых учреждениях), а не на преступниках. В этой связи на субъекты финансового мониторинга (финансовые учреждения) возлагаются функции агентов по финансовому мониторингу, в рамках которых они должны создавать эффективные риск-ориентированные процедуры, гарантирующие выявление рискованных операций и обозначение подозрительных участников финансового обращения. Сведения о сомнительных транзакциях и их участниках субъекты финансового мониторинга передают в орган финансового мониторинга (государственная структура со специальным статусом), который должен провести анализ и оценить полученную информацию о

наличии криминальных компонентов. На все время проведения анализа транзакции субъект финансового мониторинга должен заморозить транзакцию.

Одним из базовых принципов АМЛ является КУС – «Знай своего клиента», термин, означающий, что субъекты финансового мониторинга должны определить и установить личность контрагента перед тем, как совершать финансовую операцию. Требования и стандарты, направленные на реализацию этого принципа, устанавливаются на уровне национального законодательства, нормативных документов банковских регуляторов и международных организаций, таких, как ФАТФ.

ФАТФ систематически проводит мероприятия по оценке выполнения своих рекомендаций для стран-участниц, по результатам которых составляется отчет, который направляется странам-участницам для передачи своим компетентным органам.

28 августа 2009 г. был подписан Закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», согласно которому Комитет по финансовому мониторингу становится национальным подразделением финансовой разведки и должен вести постоянный контроль над субъектами финансового мониторинга.

В 2004 г. Казахстан вступил в Евразийскую группу по противодействию легализации преступных доходов и финансированию терроризма (ЕАГ) и теперь обязан соблюдать международные стандарты ФАТФ. В 2020 г. состоится второй раунд мероприятия по взаимному оцениванию Казахстана. В рамках мероприятия будет оценена система финансового мониторинга на соответствие требованиям ПОД/ФТ, по результатам которой Казахстану будет присвоен рейтинг соответствия. В случае получения низкого рейтинга могут быть введены санкции экономического характера и репутационные риски. Для выполнения всех рекомендаций в области ПОД/ФТ была создана правовая база, включающая в себя правовые акты, которые определяют правила функционирования субъектов финансового мониторинга для оценки рисков отмывания денег и финансирования терроризма [2, 3].

Казахстан выполняет следующие шаги по улучшению мероприятий по противодействию отмыванию денег и финансированию терроризма:

- 1) вступление в региональную группу ФАТФ;
- 2) создание нормативно-правовой базы по ПОД/ФТ;
- 3) применение автоматизированных решений.

В основном данные решения подходят только под определенные субъекты финансового мониторинга, такие, как банки второго уровня, биржи и страховые организации.

Для того чтобы Казахстан в полной мере выполнял как требования законодательства, так и требования международной организации ФАТФ, возникает необходимость в создании единой облачной системы по противодействию отмыванию денег и финансированию терроризма для уполномоченного органа в целях формирования общей картины по мониторингу транзакций в Казахстане. В качестве преимуществ данного решения (предложения) можно рассмотреть следующее:

- ♦ создание единой точки сбора информации о проведенных транзакциях;
- ♦ оперативный первичный сбор и анализ информации о подозрительных транзакциях;
- ♦ осуществление риск-ориентированного контроля для всех субъектов финансового мониторинга;
- ♦ отсутствие необходимости в создании дополнительных систем для субъектов финансового мониторинга.

Риск-ориентированный подход является одним из важнейших инструментов для построения эффективной программы в целях борьбы с отмыванием денег и финансированием терроризма. Факторы, оказывающие влияние на степень риска отмывания денег, связанного с установлением и поддержанием деловых отношений, включают клиентский риск, страновой или географический риск, а также риски, связанные с продуктами или услугами (финансовыми инструментами) и способами их предоставления. Восприятие данных рисков и связанных с ними факторов предоставляет возможность принятия более эффективных и действенных мер для защиты от отмывания преступных доходов уполномоченному органу.

На сегодняшний день на рынке существует много AML-решений, которые помогают субъектам финансового мониторинга соблюдать все требования, указанные в Законе «О противодействии отмыванию денег и финансированию терроризма», и требования ФАТФ, тем самым оберегая их от карательных санкций, значительных репутационных потерь и, наконец, прекращения деятельности, но каждое из решений имеет определенные преимущества и недостатки.

В существующих AML-решениях нет функциональной возможности по обработке транзакции в режиме онлайн. Анализ осуществляется фильтрацией операций в соответствии с заданными правилами и показателями, которые связаны с операцией или ее участниками и не учитывают косвенных показателей. В результате возникает риск ложных срабатываний и ошибок.

На рынке представлены следующие решения: SAS AML, Oracle Mantas AML, Nice Actimize AML, FLEXTERA.

Подробное рассмотрение каждой системы позволило выявить следующие недостатки систем:

- ♦ возможен только пост-анализ транзакций;
- ♦ существующие системы не самообучаемы, необходима постоянная ручная корректировка правил;
- ♦ отсутствие анализа по косвенным показателям;
- ♦ высокая стоимость внедрения и кастомизации системы.

Один из главных недостатков вышеуказанных информационных систем – они работают в рамках одной организации, в связи с чем пропадает возможность видеть полную картину и все денежные потоки.

Решением данных проблем является создание интеллектуальной автоматизированной системы сбора-анализа и распределения больших неструктурированных данных финансовых потоков в облачной среде. Используя методы интеллектуального анализа данных, можно выявить несколько стратегий для выявления узлов с повышенным риском мошенничества.

Для реализации данного решения необходимо внесение изменений в Закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 28 августа 2009 г.

1. Ответственность по выявлению и анализу подозрительных транзакций будет делегирована уполномоченному органу.
2. Формирование унифицированной формы по транзакциям для всех субъектов финансового мониторинга.
3. Формирование единых и унифицированных правил, подходящих под деятельность всех субъектов финансового мониторинга.
4. Формирование указа о необходимости проведения всех транзакций через создаваемую систему.

В ходе проведенного анализа выявлено, что на сегодняшний день существуют определенные недочеты, на основе которых были разработаны рекомендации по внесению изменений в закон и созданию единой облачной информационной системы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Козлова К., Качурина П. Обзор существующих AML-систем с точки зрения новой Стратегии цифровой экономики в России. – 2017. – 30 сентября: сайт Экспертного союза: // <http://unionexpert.su/obzor-i-izuchenie-sushhestvuyushhih-aml-sistem-s-tochki-zreniya-novoj-strategii-tsifrovoj-ekonomiki-v-rossii/>.

2 Соглашение о Евразийской группе по противодействию легализации преступных доходов и финансированию терроризма. – 2011. – Июнь: сайт Евразийской группы по противодействию легализации преступных доходов и финансированию терроризма: // <https://eurasiangroup.org/ru/general-information>.

3 Отчет о взаимной оценке по противодействию отмыванию денег и финансированию терроризма. – 2011. – Июнь: сайт Комитета по финансовому мониторингу: // <https://kfm.gov.kz/ru/regulatory-framework/is-the-current-legislation/>.

Аңдатпа

Жыл сайын қаржылық мониторинг субъектілері туралы заңнаманың талаптары күшейтілуде, ақшаны жылыстатуға және терроризмді қаржыландыруға қарсы іс-қимыл туралы заңнамалық нормалардың тиісті түрде орындалуына қойылатын талаптар күшейтілуде, күдікті операцияларды уақтылы анықтамағаны үшін санкциялар күшейтілуде. Ұйымдарға тек елеулі бедел шығындары ғана емес, сондай-ақ жоғары айыппұл төлеу тәуекелдері де, қызметті тоқтата тұру да, тіпті лицензиядан айыру да қауіп төндіреді. Сондықтан да ақшаны жылыстату мен терроризмді қаржыландыруға қарсы іс-қимыл саласындағы Қазақстан Республикасы заңнамасының барлық талаптарына, цифрлық экономиканың қазіргі заманғы технологиялық дамудың бағыттары мен талаптарына жауап беретін ақшаны жылыстату мен терроризмді қаржыландыруға қарсы іс-қимыл жөніндегі жоғары технологиялық жүйелерді (AML-жүйелерді) әзірлеу және енгізу маңызды. Осы мақаланың шеңберінде Қазақстан нарығында жұмыс істейтін AML-жүйелері зерделенді, ақшаны жылыстатуға және терроризмді қаржыландыруға қарсы іс-қимыл жүйелеріне қойылатын талаптар және «Қылмыстық жолмен алынған кірістерді заңдастыруға (жылыстатуға) және терроризмді қаржыландыруға қарсы іс-қимыл туралы» Қазақстан Республикасының Заңы талданады. Жүргізілген талдау нәтижелері бойынша AML-жүйесін құру бойынша заңнамалық нормалар мен ұсыныстарға өзгерістер мен толықтырулар енгізу жөніндегі ұсыныстардың тізімі жасалды.

Тірек сөздер: ақшаны жылыстату, өзара бағалау, қаржылық мониторинг, транзакция, төлем жүйелері, қаржы ағындары, тәуекелдерге негізделген бақылау.

Abstract

Every year the requirements of the legislation to the subjects of financial monitoring are tightened, the requirements for improper execution of requirements for combating money laundering and terrorist financing are increased, sanctions for late detection of suspicious and unreliable transactions are strengthened. Organizations face not only significant reputational losses, but also the risks of paying high fines, suspension of activities and even deprivation of the license. That is why it is extremely important to develop and implement high-tech systems for combating money laundering and terrorist financing (AML-systems) that meet all the requirements of the legislation of the Republic of Kazakhstan in the field of combating money laundering and terrorist financing, modern technological trends and the requirements of the digital economy. In this article operating on the market of Kazakhstan the Anti-Money Laundering system was examined, the requirements of Anti-Money Laundering, Combating the Financing of Terrorism. Legislation of the Republic of Kazakhstan "On combating legalization (laundering) of incomes obtained in a criminal way, and terrorism financing» were analyzed. Based on the results of the analysis, a list of recommendations to the legislation and recommendations for the creation of the necessary AML-system was developed.

Key words: money laundering, mutual assessment, financial monitoring, transaction, payment systems, financial flows, risk-oriented control.

ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ

МРНТИ 06.71.45
УДК 338:37.05

Б.Б. СУХАНБЕРДИНА,¹

к.э.н., доцент.

Г.К. КУРМАНОВА,¹

к.э.н., доцент.

А.А. КИМ,¹

к.э.н., доцент.

Б.А. УРАЗОВА,¹

м.э.н.

Западно-Казахстанский
инновационно-технологический
университет¹

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНВЕСТИЦИОННАЯ СФЕРА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Аннотация

В XXI в. образование становится одним из важнейших факторов, обеспечивающих устойчивый экономический рост на инновационной основе, формирование экономики знаний, социальной стабильности, развитие институтов гражданского общества, а также национальной безопасности государства. Главное преимущество высокоразвитой страны связано с ее человеческим потенциалом, во многом определяющимся образованием. Уровень образовательной подготовки населения, и особенно подрастающего поколения, является одним из показателей, характеризующих конкурентоспособность страны. Поэтому для Республики Казахстан, адаптирующейся к условиям международной конкуренции, проблемы образования также выдвигаются на первый план. Крупномасштабное инвестирование в человеческие ресурсы, развитие профессиональных навыков, научных исследований, наукоемких технологий и модернизации систем образования – это приоритетные направления развития общества. В условиях модернизации экономики и всей общественной жизни меняются векторы, приоритеты и ориентиры образования, которые необходимо учитывать в выработке вариативных форм деятельности. Государственная потребность в образовании проявляется в том, что высшее образование должно стать инвестиционной сферой государственной политики. Авторами осуществлено сопоставительное исследование вклада работников с высшим образованием и работников, не имеющих высшего образования, в главный макроэкономический показатель – валовой внутренний продукт Республики Казахстан.

Ключевые слова: высшее образование, инвестиции, рабочая сила, самозанятые, производительность труда, человеческий капитал, прибыль, налоги.

Государства с развитой экономикой имеют следующее соотношение: в среднем 60% приращения национального дохода определяется приращением знаний и образованности социума [1], увеличение «образованности» социума на один академический год обеспечивает приращение экономики стран на 2,5% в долгосрочной перспективе и на 5% в краткосрочной перспективе [2].

Нами осуществлено сопоставительное исследование вклада тружеников с высшим образованием (ВО) и тружеников, не имеющих ВО, в главный макроэкономический показатель – валовой внутренний продукт (ВВП) / Gross Domestic Product (GDP) Республики Казахстан. Для этого использована информация Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК.

Экономически активное население (ЭАН) в стране на 1 января 2019 г. составляет 8 695,0 тыс. чел. Из них в производстве товаров занято 34,0% (2 955,1 тыс. чел.) и 66,0% (5 739,9 тыс. чел.) – в производстве услуг. В специальном докладе Комиссии по правам человека при президенте РК указано, что в течение последних десятилетий количество неурегулированных трудовых мигрантов составляло до 300 тыс. человек в год. С начала 2019 г. с помощью портала

«Е-лицензирование» выдано 21 300 разрешений на привлечение иностранной рабочей силы при объеме квоты для привлечения иностранной рабочей силы в 47 тыс. чел. В казахстанской экономике итого с мигрантами занято 8 716,3 тыс. чел., из них 2 963,5 тыс. чел. – в выпуске товаров, 5 752,8 тыс. чел. – в выпуске услуг.

На 1 января 2019 г. численность рабочей силы составила 9 138,6 тыс. чел., из них 8 695,0 тыс. чел. – занятое население, в т.ч. 6 612,5 тыс. чел. – наемные работники, 443,6 тыс. чел. – безработное население, 2 082,5 тыс. чел. – самозанятые.

Введем обозначения:

X – производительность (доля ВВП на одного труженика) с наличием высшего образования;

Y – производительность (доля ВВП на одного труженика) без наличия высшего образования;

$\Pi_{\text{тов}}$ – производительность труда одного труженика (средняя производительность труда) в сфере выпуска товаров, тыс. тенге / чел. в год;

$\Pi_{\text{усл}}$ – средняя производительность труда в сфере выпуска услуг;

$D_{\text{во;тов}}$ – доля работников с высшим образованием в выпуске благ, %;

$D_{\text{во;усл}}$ – доля работников с высшим образованием в производстве нематериальных услуг, %.

Система уравнений, группирующая X и Y :

$$\begin{cases} D_{\text{во;тов}} X + (1 - D_{\text{во;тов}}) Y = \Pi_{\text{тов}} \\ D_{\text{во;усл}} X + (1 - D_{\text{во;усл}}) Y = \Pi_{\text{усл}} \end{cases} \quad (1)$$

Рассчитаем коэффициенты из данной системы уравнений. Показатель GDP на 1 января 2019 г. – 61 819 536,4 млн тенге в текущих рыночных ценах. Структура ВВП: 37,9% – производство товаров, 55,5% – производство услуг, 93,4% – в совокупности валовая добавленная стоимость, 6,6% – чистые налоги. Отсюда пропорция долей ВВП сферы услуг и производства товаров составляет 1,46. Полученную пропорцию используем для показателя ВВП РК отчетного периода: изготовление товаров – 26 560 145,6 млн тенге, изготовление услуг – 31 179 301,3 млн тенге.

Определим среднюю производительность труда в различных сферах деятельности:

$\Pi_{\text{тов}} = 26\,560\,145,6$ млн тенге / год / 2 963,5 тыс. чел. $\approx 8\,962,4$ тыс. тенге / год

$\Pi_{\text{усл}} = 31\,179\,301,3$ млн тенге / год / 5 752,8 тыс. чел. $\approx 5\,419,8$ тыс. тенге / год

Найдем доли тружеников с ВО: в сфере создания товаров $D_{\text{во;тов}} = 747,6$ тыс. чел., в сфере создания услуг $D_{\text{во;усл}} = 2\,742,0$ тыс. чел., это казахстанцы. Далее определим структурную долю тружеников с ВО в области изготовления благ и оказания услуг. Это отношение числа занятых в соответствующей области казахстанцев с высшим профессиональным образованием к численности всех тружеников этой области, включая мигрантов:

$D_{\text{во;тов}} = 747,6$ тыс. чел. / 2 963,5 тыс. чел. $\approx 0,252$ (25,2%);

$D_{\text{во;усл}} = 2\,742,0$ тыс. чел. / 5 752,8 тыс. чел. $\approx 0,477$ (47,7%).

Полученные данные подставим в систему уравнений (1):

$$\begin{cases} 0,252X + 0,748Y = 8\,962,4 \text{ тыс. тенге / год} \\ 0,477X + 0,523Y = 5\,419,8 \text{ тыс. тенге / год} \end{cases} \quad (2)$$

Решим систему (2):

$X \approx 2\,814,4$ тыс. тенге / чел. / год

$Y \approx 12\,930,0$ тыс. тенге / чел. / год, $X/Y \approx 0,22$ (3)

В среднем выход продукции труженика с ВО ниже на 0,78 по сравнению с тружеником без ВО. Это связано: 1) с низким показателем количества людей с ВО, занятых в промышленности, – 21,4% (747,6 тыс. чел. / 3 489,6 тыс. чел.); 2) с долей изготовления благ – 37,9% в структуре ВВП РК.

Оценим соотношение вклада указанных категорий тружеников в показатель ВВП. Людьями с высшим образованием создан ВВП: 2 814,4 тыс. тенге/чел./год \times 3 489,6 тыс. чел. $\approx 9,8$ трлн тенге, или 15,8% ВВП в 2018 г.

Сравним показатель «экономическая эффективность высшего и среднего образования», чтобы оценить его вклад в создание «человеческий капитал/актив». Совокупный человеческий (интеллектуальный) капитал Казахстана является ценностью, компонентом национального богатства республики:

$\sum \text{РЧК}_{2018}$ (рыночная стоимость) = $21,5 \times \text{ВВП}_{2018} = 21,5 \times 61\,819\,536,4$ млн тенге $\approx 13\,291\,200,3$ млн тенге (далее индекс «₂₀₁₈» опускается).

(Объясним цифру 21,5. Для этого оценим среднее число лет работы граждан. Из числа лиц без высшего образования (59,9%) в РК мужчины и женщины работают в среднем от 18 до 63 лет, продолжительность трудовой деятельности для лиц без высшего образования – 45 лет. Для граждан с высшим образованием (40,1%) продолжительность экономически активной жизни составляет для мужчин и женщин 23–63 года, в среднем по группе лиц с высшим образованием – 40 лет. Средневзвешенная продолжительность трудовой деятельности (с учетом весов групп населения с высшим и без высшего образования) составляет $45 \times 0,599 + 40 \times 0,401 = 42,99$ года. Средний срок остающегося на данный момент времени трудовой активности человека составляет $42,99/2 = 21,5$ года).

Вклад работников с высшим образованием в $\sum \text{РЧК}_{\text{во}}$:

$$\sum \text{РЧК}_{\text{во}} = 0,158 \times 13\,291\,200,3 \text{ млн тенге} \approx 2\,100\,009,6 \text{ млн тенге} \quad (4)$$

Вклад работников без высшего образования (бв) в человеческий капитал страны $\sum \text{РЧК}_{2018}$:

$$\sum \text{РЧК}_{\text{бв}} \approx 11\,191\,190,7 \text{ млн тенге} \quad (5)$$

Произведем расчет совокупных затрат на создание человеческого капитала ($\sum \text{ЗЧК}$) для людей с высшим образованием и не имеющих его.

Население Казахстана на 1 января 2019 г.: N составляет 18 448 578 человек. Средний срок экономически активной жизни людей в РК – 42,99 года. Совокупные затраты на образование человеческого капитала людей с высшим образованием ($\sum \text{ЗЧК}_{\text{во}}$, тыс. тенге) – сумма расходов на учебу в государственной школе, учебу в вузе, на курсах повышения квалификации (ПК):

$$\sum \text{ЗЧК}_{\text{во}} = 0,401 \times N_{\text{чел.}} \times [Z_{\text{шк}} \text{ тыс. тенге / год / чел.} \times 11 \text{ лет (совокупные расходы на школьную учебу)} + Z_{\text{вуз}} \text{ тыс. тенге / год / чел.} \times 4 \text{ года (совокупные расходы на вузовское обучение)} + Z_{\text{пк}} \text{ тыс. тенге / год / чел.} \times 42,99 \text{ года (совокупные затраты ДПО + ПК)}], \quad (6)$$

где $Z_{\text{шк}}$ – сколько средств из бюджета ежегодно тратится на обучение одного школьника (т.е. средняя стоимость учебы одного школьника в год); данные можно найти в докладе Education at a Glance;

$Z_{\text{вуз}}$ – средняя стоимость высшего образования в год одного студента-бакалавра; ежегодно стоимость обучения студентов-бакалавров формируется в Министерстве образования и науки РК;

$Z_{\text{пк}}$ – среднегодовые расходы на повышение квалификации в стадии экономически активной жизни.

Совокупные затраты на формирование человеческого капитала тружеников без высшего образования ($\sum \text{ЗЧК}_{\text{бв}}$, тыс. тенге):

$$\sum \text{ЗЧК}_{\text{бв}} = 0,599 \times N_{\text{чел.}} \times [Z_{\text{шк}} \text{ тыс. тенге / год / чел.} \times 11 \text{ лет (совокупные затраты на обучение в школе)} + Z_{\text{пк}} \text{ тыс. тенге / год / чел.} \times 42,99 \text{ года (совокупные расходы ДПО + ПК)}] \quad (7)$$

Анализ данных по регионам Казахстана показал, что расходы на 1 учащегося школы варьируют от 146 до 379 тыс. тенге / год: среднее значение $Z_{\text{шк}} = 195,8$ тыс. тенге / год / чел. Анализ стоимости учебы в вузах показывает, что расходы на учебу одного студента в год составляют: $Z_{\text{вуз}} = 400$ тыс. тенге / год / чел.

Большинство казахстанских работников проходят краткосрочные курсы, которые длятся не менее 36 академических часов, длительные курсы – не менее 108 академических часов с периодичностью один раз в 5 лет. Средняя стоимость повышения квалификации – 50 тыс. тенге, по 10 тыс. тенге / год, т.е. $Z_{пк} = 10$ тыс. тенге / год / чел.

Расчеты формул (6) и (7): расходы на человеческий капитал труженика с высшим образованием – 4 183,7 тыс. тенге (2 153,8 + 1 600 + 429,9), труженика без высшего образования – 2 583,7 тыс. тенге (2 153,8 + 429,9).

Отсюда:

$\sum ЗЧК_{во} = 0,401 \times 18\,448\,578 \times (195,8 \times 11 + 400,0 \times 4 + 10 \times 42,99) = 30\,950\,509\,627,2$ тенге, а на работника без высшего образования:

$\sum ЗЧК_{об} = 0,599 \times 18\,448\,578 \times (195,8 \times 11 + 10 \times 42,99) = 28\,551\,688\,996,2$ тенге.

Используя формулы (4) и (5), оценим и сравним эффективность расходов на формирование человеческого капитала по лицам с высшим образованием и без него. Эффективность – отношение долей $\sum РЧК$ и $\sum ЗЧК$ – показывает, сколько тенге человеческого капитала получают на тенге расходов, связанных с его формированием:

$\sum РЧК_{во} / \sum ЗЧК_{во} = 210,0$ млрд тенге / 30 950,5 млрд тенге $\approx 6,8$ тенге ЧК / 1 тенге ЗЧК,

$\sum РЧК_{об} / \sum ЗЧК_{об} = 1\,119,1$ млрд тенге / 28 551,7 млрд тенге $\approx 39,2$ тенге ЧК / 1 тенге ЗЧК.

Расходы на формирование человеческого капитала работников с высшим образованием с позиции приращения человеческого капитала страны в 0,17 раза ($6,8 / 39,2 \approx 0,17$) меньше расходов на формирование человеческого капитала лиц без высшего образования.

Рассчитаем вложение отрасли «высшее образование» в человеческий капитал Республики Казахстан.

Добавленная стоимость (ДС) – это сумма собственных затрат (СЗ) и прибыли (П):

$$ДС = СЗ + П \text{ и } НДС = 0,12 (СЗ + П) \quad (8)$$

Совокупные расходы вузов ($СЗ_{вуз}$) – это собственные расходы:

$СЗ_{вуз} = 0,401 \times 18\,448\,578 \text{ чел.} \times 1600 \text{ тыс. тенге} = 11,9$ млрд тенге

Прибыль – превышение дохода (Д), обеспеченного за счет получения совокупной рыночной стоимости человеческого капитала, созданного тружениками с высшим образованием ($\sum РЧК_{во}$), над совокупными расходами на его формирование ($\sum ЗЧК_{во}$):

$$П = \sum РЧК_{во} - \sum ЗЧК_{во} = 210,0 - 30,9 = 179,1 \text{ млрд тенге} \quad (9)$$

Налог на прибыль (income tax):

$$НП = 0,15 \times (\sum РЧК_{во} - \sum ЗЧК_{во}) \approx 26,9 \text{ млрд тенге} \quad (10)$$

Из формул (8) и (9) следует:

$$НДС = 0,12 \times [(\sum РЧК_{во} - \sum ЗЧК_{во}) + СЗ_{вуз}] = 0,12 \times (179,1 + 11,9) \approx 22,9 \text{ млрд тенге} \quad (11)$$

Чистая доля человеческого капитала, созданная людьми с высшим образованием ($ЧД_{во}$), – разность между совокупным человеческим капиталом $\sum РЧК_{во}$, созданного работниками с высшим образованием, и расходами на его создание, налогами на добавленную стоимость и прибыль, которые направляются в бюджет РК:

$$ЧД_{во} = РЧК_{во} - \sum ЗЧК_{во} - НДС - НП = 179,1 - 22,9 - 26,9 = 129,3 \text{ млрд тенге} \quad (12)$$

Необходимо выделить из $ЧД_{во}$ часть человеческого капитала, произведенного работниками с высшим образованием. Это та часть, которая создается именно программой вуза и пропорциональна доле собственных затрат вуза ($СЗ_{вуз}$) в совокупных затратах на создание человеческого

капитала работников с высшим образованием. Рассчитаем справедливый потребительски-производительный коэффициент высшего образования C_1 :

$$C_1 = C_3 \frac{\sum_{\text{вуз}} \text{ЗЧК}_{\text{во}}}{\sum \text{ЗЧК}_{\text{во}}} = 11,9 \text{ млрд тенге} / 30,9 \text{ млрд тенге} \approx 0,38.$$

Произведенный тружениками с высшим образованием человеческий капитал за счет получения высшего образования ($D_{\text{во}}$): $D_{\text{во}} = C_1 \times \text{ЧД}_{\text{во}} = 0,38 \times 129,3 \approx 49,1$ млрд тенге

На две трети результативность обучения в вузе определяется интеллектуальными способностями студента и на одну треть – образовательной средой вуза (согласно данным Луизвильского исследования обучаемость человека на 68% зависит от его способностей, влияние среды на обучение составляет 32%). С учетом этого найдем долю создаваемого тружениками с высшим образованием чистого человеческого капитала, приходящуюся на вузы (чистый вклад вуза в создание чистого человеческого капитала страны): $D_{\text{вуз}} = 1/3 \times D_{\text{во}} \approx 16,4$ млрд тенге (1,2% от полученного показателя человеческого капитала РК, составляющей 13 291 200,3 млн тенге).

С учетом того, что численность населения РК составляла на 1 января 2019 г. 18 448 578 чел. и 18,9% из них (3 489,6 тыс. чел.) имеют высшее образование, в пересчете на одного выпускника чистый вклад вузов в создание чистого человеческого капитала Казахстана составляет в среднем:

$$16,4 \text{ млрд тенге} / 3 489,6 \text{ тыс. чел.} \approx 469,9 \text{ тыс. тенге} / \text{чел.}$$

Кроме исследования вклада высшего профессионального образования в создание человеческого капитала, проведем оценку вклада высшего образования в национальную экономику через приращение поступлений налогов от физических лиц, получивших высшее образование. Оценка проведем по данным об экономическом развитии страны на 1 января 2019 г., учитывая полученное соотношение производительности. Государственной статистикой показатель ВВП исчисляется в рыночных ценах. При расчете производительности работников с высшим образованием и без него рассматривался ВВП в текущих ценах, т.е. номинальный ВВП. Решение системы уравнений (2) дало на 1 января 2019 г. долю ВВП, приходящуюся на одного человека с высшим образованием – 2 814,4 тыс. тенге/год и на человека, не обладающего им, – 12 930,0 тыс. тенге / год. Социуму, основанному на знаниях, необходима доля экономически активных граждан с высшим образованием 60%. Это позволяет рассчитать потенциал рынка образовательных услуг любого государства как разность 60% и выраженной в процентах доли ЭАН страны, имеющей высшее образование. Получение вузовского образования до необходимого показателя дало бы прирост ВВП на одного труженика в год: $\Delta \text{ВВП} = 10 115,6$ тыс. тенге / чел. / год.

Вузовское образование влияет на изменение налогов – НДС, на прибыль и социального. Рассмотрим это влияние. В структуре доходной части бюджета за исследуемый период поступления от НДС – 2,93 трлн тенге, от налога на прибыль – 2,5 трлн тенге, т.е. поступления от налога на прибыль составляют 85,3% от поступлений за счет НДС. Производительность тружеников с высшим профессиональным образованием в среднем в 0,78 раза ниже, чем без университетского образования, такое же соотношение будет и для произведенной ими добавленной стоимости, а следовательно, и НДС. Обозначив через V (тенге / чел.) НДС на одного труженика без высшего образования в год, рассчитаем:

$5 205,4$ тыс. чел. V тенге / чел. + $3 489,6$ тыс. чел. $\times 0,78 \times V$ тенге / чел. $\approx 2,93$ трлн тенге, откуда $V \approx 369 609$ тенге – НДС на одного работника без высшего образования и $0,78 \times V \approx 288 295$ тенге – НДС на одного работника с высшим образованием.

Приращение НДС на одного работающего в год за счет наличия высшего образования: $\Delta \text{НДС} \approx 369 609 - 288 295 = 81 314$ тенге / чел. / год.

Приращение налога на прибыль на одного работника в год за счет наличия высшего образования: $\Delta \text{НП} \approx 69 360,8$ тенге / чел. / год.

Оценим прирост поступлений в бюджет, определяемых размерами заработной платы, т.е. подоходного налога и социального налога. Среднемесячная заработная плата в РК (Z) на 1 января 2019 г. – 174 642 тенге. В среднем по РК заработная плата лиц с высшим образованием в 2,3 раза выше, чем у тех, кто ее не имеет (152 854 тенге и 67 151 тенге) [3].

Принимая во внимание численность занятых в республиканской экономике работников с вузовским образованием и без него, имеем: $(3\,489,6 \text{ тыс. чел.} \times 2,3 \times Z \text{ тенге / мес.} + 5\,205,4 \text{ тыс. чел.} \times Z \text{ тенге / мес.}) / 8\,716,3 \text{ тыс. чел.} = 174\,642 \text{ тенге / мес.}$ Из этого соотношения получаем, что средняя зарплата работника с высшим образованием должна составлять 236 355 тыс. тенге в месяц, или 2 836,3 тыс. тенге в год, а для работника без высшего образования – 107 434 тыс. тенге в месяц, или 1 289,2 тыс. тенге в год.

Тогда прирост зарплаты за счет получения высшего образования составляет 1 547,1 тыс. тенге / год, прирост подоходного налога (ставка – 10%) – 154,7 тыс. тенге, прирост социального налога (ставка – 11%) – 170,2 тыс. тенге. Суммарный прирост поступлений в бюджет от одного труженика в виде НДС, НП, социального и подоходного налогов за счет получения им высшего образования за год составляет: $81,3 + 69,4 + 154,7 + 170,2 = 475,6 \text{ тыс. тенге / год.}$

В результате получения гражданином высшего профессионального образования в период его экономической жизни государство получит: суммарное приращение ВВП – не менее 43 486,9 млн тенге (10 115,6 тыс. тенге / чел. / год \times 42,99 года); суммарные поступления налогов – не менее 20 446,0 млн тенге (475,6 тыс. тенге / год \times 42,99 года).

Так как вклад в получение высшего образования на 2/3 зависит от способностей человека, а на 1/3 – от образовательной среды (т.е. от вуза), то вклад собственно вуза составит:

- ♦ в прирост ВВП – не менее 14 495,6 млн тенге / чел. ($1/3 \times 43\,486,9 \text{ млн тенге / чел.}$) за всю экономически активную жизнь, или 3 371,9 млн тенге / чел. / год ($1/3 \times 10\,115,6 \text{ млн тенге / чел. / год}$);

- ♦ в прирост совокупного поступления налогов – не менее 0,2 млн тенге / чел. ($1/3 \times 0,6 \text{ млн тенге / чел.}$) за всю экономически активную жизнь, или 158,5 тыс. тенге / чел. / год ($1/3 \times 475,6 \text{ тыс. тенге / чел. / год}$).

Для социума и государства вклад высшего профессионального образования как мощного социального института является определяющим как с позиции производительности труда работников с высшим образованием и их вклада в ВВП, так и с позиций налоговых поступлений от физических лиц.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Щетинин В. Человеческий капитал и неоднозначность его трактовки // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 12. – С. 42–49.

2 Европейская система образования и подготовка кадров должны стать эталоном мирового качества. Доклад на саммите руководителей стран ЕС. – 2002. – Март.

3 Оплата труда работников в Республике Казахстан. 2014–2018: статистический сборник. – Нур-Султан, 2019. – 114 с.

Аңдатпа

XXI ғ. білімділік инновациялық негіздегі тұрақты экономикалық өсуді, экономика білімділігін құрастыратын, әлеуметтік тұрақтылықты, азаматтық қоғамдық институттардың дамуына және мемлекеттің ұлттық қауыпсыздығын қамтитын маңызды факторлардың бірі болуда. Жоғары дамыған елдің негізгі артықшылығы, көпшілігінде білімділікті белгілейтін оның адамзаттық әлеуетімен байланысты. Халықтың білімділік дайындығының және әсіресе өсіп келе жатырған ұрпақтың деңгейі мемлекеттің бәсекелестік қабілеттілігінің мінездемесі көрсеткіштерінің бірі болады. Осыған орай, Қазақстан Республикасына халықаралық бәсекелестіктің жаңа шарттарына бейімделу кезінде, білім мәселелері бірінші қатарға шығарылады. Адами ресурстарға ірі ауқымды инвестиция салу, кәсіптік дағдыларды, ғылыми зерттеулерді, ғылымды қажетсінетін технологияларды дамыту және білім беру жүйесін жаңғырту – бұл қоғам дамуының басым бағыттары. Экономиканы және бүкіл қоғамдық өмірді жаңғырту жағдайында білім берудің бағыттары, басымдықтары мен бағдарлары өзгереді, оларды қызметтің вариативті нысандарын әзірлеуде ескеру қажет. Білім берудегі мемлекеттік қажеттілік жоғары білім мемлекеттік саясаттың инвестициялық салада көрінуі қажет. Авторлар жоғары білімі бар еңбеккерлердің және жоғары білімі жоқ еңбеккерлердің басты макроэкономикалық көрсеткішке – Қазақстан Республикасының жалпы ішкі өніміне қосқан үлесін салыстырмалы зерттеуді жүзеге асырды.

Тірек сөздер: жоғары білім, инвестициялар, жұмыс күші, өз бетінше жұмыспен қамтылғандар, еңбек өнімділігі, адами капитал, пайда, салықтар.

Abstract

In the XXI century, education becomes one of the most important factors ensuring sustainable economic growth on an innovative basis, the formation of economy of knowledge, social stability, and the development of civil society institutions and the national security of the state. The main advantage of a highly developed country is related to the human potential, which is largely determined by education. The level of educational attainment of the population, especially of younger generation, is one of the indicators characterizing the country's competitiveness. Therefore, the Republic of Kazakhstan is adapting to the conditions of international competition now, and the problems of education are highlighted for this state. The priority directions for the development of society are: the large-scale investment in human resources, development of professional skills, scientific research and high-tech technologies, and the modernization of educational systems. In the context of the modernization of the economy and social life, vectors, priorities and orientations of education are changing and they must be considered in the production of variable forms of activity. The state need for education should be demonstrated through the state policy where the higher education will be a sphere of investment. The authors carried out a comparative study of the contribution of workers with higher education and workers without higher education to the main macroeconomic indicator-the gross domestic product of the Republic of Kazakhstan.

Key words: higher education, investments, labour force, self-employed, labour productivity, human capital, profit, taxes.

IRSTI 06.73.21
UDC 378.4

K.Zh. ELSHIBEKOVA,¹
master of economy.

A.B. FATKULLINA,²
undergraduate.

A. Zh. SADENOVA,²
undergraduate.

Turan University.¹

Pavlodar State Pedagogical University²

FORMATION AND DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL POTENTIAL UNIVERSITIES IN THE CONTEXT OF ECONOMIC MODERNIZATION

Abstract

In the present article, the authors consider social and organizational aspects of higher education institutions for the formation of entrepreneurial potential, identify the main risks and opportunities of higher education institutions that will arise in the process of transformation into a new model of education. The article analyzes the world experience of formation and development of entrepreneurial potential in higher educational institutions. The authors investigated the entrepreneurial potential of higher education institutions in two directions. First of all, as the ability of the faculty of a higher educational institution to form an entrepreneurial potential that ensures competitiveness in the market of scientific and educational services. The second aspect of the analysis was the ability to form entrepreneurial competence among students to create a competitive offer on the labor market. Studying two approaches, the authors came to the conclusion that the entrepreneurial potential in higher educational institutions not only forms high-quality competitiveness, but also acquires new opportunities for transforming the economy in modern conditions. According to the authors, the competitiveness of the university should be evaluated according to two components: achieved performance and strategic positioning. During the in-depth analysis of the process of transformation of universities, the authors identified the main criteria that determine the level of development of potential for entrepreneurship: the quality of faculty, the number of publications, citation of publications, and the number of scientific grants.

Key words: transformation of universities, entrepreneurial universities, innovative potential, competence, strategic positioning, competitiveness of the university.

World experience shows that the answer to the new innovative needs of the economy and business in the field of education are entrepreneurial universities – educational, research and production centers. Today they solve a wide range of tasks of social and regional development.

Management of university entrepreneurship involves assessing the entrepreneurial potential of the university. The totality of resources and opportunities is called the “potential of the object”, and in relation to the topic under study – the “entrepreneurial potential”. In encyclopedic publications, the term “potential” is defined as “funds, stocks, sources available and able to be mobilized, put into effect, used to achieve certain goals, implement a plan, solve a problem; the possibilities of an individual, society, state in a certain field”.

In most explanatory dictionaries, the term “potential” is considered as a factor in the real and possible intensity of the implementation of a process, the possibility of a thing to be not what it is, that is, in the aspect of the relationship between reality and possibility.

The entrepreneurial potential in the scientific literature is considered at various levels: personal, at the level of individual organizations, as well as at meso- and macroeconomic levels. At the personal level, the essence of entrepreneurial potential is usually understood as a special combination and expression of special abilities, motivation, professional and personal qualities. Entrepreneurial potential at this level is interpreted as a variety of personal potential, which is a comprehensive education, which is determined by the specific manifestation of a number of components, including a tendency to innovate, high flexibility of behavior, and the desire to achieve goals.

The entrepreneurial potential of an organization is most often understood as the managerial potential characterizing the entrepreneurial and managerial capabilities of the staff, its ability to combine production factors in the best way. As elements of the entrepreneurial potential of the

organization, considered as managerial, the management system, information system, communication communications, and the personal potential of management are distinguished.

According to the authors, the entrepreneurial potential of the university incorporates the features of creative, innovative and commercial potentials.

Creativity reflects the translation of the general flow of information into new knowledge, the process of their development and assimilation. The creative potential of entrepreneurship is understood as the ability to produce new ideas, knowledge, and ideas in the form of benefits useful to society. The innovative potential of entrepreneurship can be understood in a narrow and broad sense, depending on the interpretation of the very concept of “innovation”. In a narrow sense, innovations are most often viewed either from the standpoint of an activity-functional approach, or as the production of a new product consisting of several phases or stages, or as the development of high technologies, development and production of high technology products [1].

The commercial potential of entrepreneurship determines the effectiveness of the entire range of types of economic activities of the university, considered as business processes. It reflects the result of public recognition, expressed in value form, of the university’s scientific and educational programs and other products produced in accordance with its mission, and also characterizes the excess of the expected income over the costs of creating innovations at any stage of their life cycle.

The study of the university’s entrepreneurial potential should be carried out in two directions: firstly, as the ability of the university’s management and faculty to carry out the entrepreneurial vector of its development, ensuring sustainable competitiveness in the market of scientific and educational services, and secondly, as its ability to form entrepreneurial competence students for their future competitiveness in the labor market. From the point of view of this approach, the university not only realizes its formed abilities, but also acquires new opportunities, that is, as the unity of a stable and variable state, its entrepreneurial potential contains elements of future development.

From the point of view of this approach, the university not only realizes its formed abilities, but also acquires new opportunities, that is, as the unity of a stable and variable state, its entrepreneurial potential contains elements of future development.

The concepts of basic and unique resources and competencies. The concept of “basic” can be used to determine the minimum required set of resources and competencies that ensure the functioning of the university in the current competitive environment. It seems that in relation to the management of the university, implementing the entrepreneurial method of managing, aimed at ensuring the competitiveness of the university, the basic competencies can be combined into two groups: contributing to its economic efficiency and providing strategic positioning in research, educational and financial-economic activities.

Unique resources are a collection of resources that are impossible or too expensive to copy competitors to obtain a competitive advantage. Unique competencies are the activities and processes through which the university uses resources to obtain a sustainable competitive advantage. The ability to create unique competencies based on the ability of management to consolidate corporate technologies and production qualifications allows us to form a competitive strategic potential of an organization in a changing environment [2].

The process of formation and development of entrepreneurial competencies and entrepreneurial potential of a university must be considered in the context of the problem of ensuring its competitiveness. According to the authors, the competitiveness of the university should be evaluated according to two components: achieved performance and strategic positioning.

The entrepreneurial potential of a university is primarily characterized by the competence of participants in research activities:

- a) qualitative composition of faculty;
- b) updating the scientific activities of teaching staff (the number of publications and their citation in leading journals);
- c) organizational activity in the research field (the volume of scientific grants, contracts, agreements with external customers per unit of the staff of the faculty and time unit);
- d) recognized effectiveness of research activities (the number of registered discoveries, patents, certified developments – industry certification – per unit of the staff of the teaching staff and unit of time).

The second factor of entrepreneurial potential is the university development strategy, its focus on promising tasks.

The competitiveness of the university implies high operational efficiency, i.e., the rational use and combination of available factors in the provision of educational services, research, innovative activities of its structural divisions. In this regard, the entrepreneurial potential of the university should be understood as its ability to expand the ultimate capabilities of the existing scientific and educational potential.

The policy of an entrepreneurial university in the field of quality should be to identify and anticipate market expectations, implement a system of outstripping the satisfaction of requests from both external consumers – students, partner organizations and society as a whole, and internal – university employees. The strategic positioning of the university is determined by the factors of the competitive environment and consists in creating a unique and advantageous position based on a combination of activities different from those of competitors.

The implementation of the concept of a competitive entrepreneurial university requires not only the development of new competencies (personal qualities and skills, knowledge of project management tools and business planning) in the field of economics and management, but also the creation of new organizational forms for the commercialization of knowledge and innovations, including startups, business incubators, technology parks, technology transfer departments, etc.

In management, there are many options for methods that allow us to assess the entrepreneurial potential of universities. All of them are divided into quantitative and qualitative. We can attribute the indicator system to the quantitative method, the assessment of matrix indicators. We can attribute the qualitative assessment to a comparative assessment, analysis of the content of open sources (including university ratings), managerial introspection (in our case, an assessment of the university's strategy) [3].

Performance indicators reflect the amount of entrepreneurial income received from the main activities of the university, carried out in the field of generation, transfer of knowledge and their implementation in production. These indicators make it possible to determine the economic effect by comparing the inflows and outflows of financial resources, as well as economic efficiency, which reflects the ratio of results and costs, including profitability indicators for certain areas of the university. The significance of performance indicators increases significantly in connection with established normative indicators, which are enshrined in the institution's development strategy.

The combination of activity and efficiency indicators reduces the threat of a subjective approach to assessing entrepreneurial potential and possible manipulations when using a point-based rating system, since it takes into account public recognition of the results of the university's scientific and educational activities on the basis of monitoring the mechanism of multi-channel financing of the university.

As an example, the PPU expert self-assessment methodology, created under the auspices of the Organization for Economic Cooperation and Development for European Universities (OECD, 2010, 2012). This technique is at the junction of expert and indicator assessments. The main steps to create the methodology included: a literature review, the formation of the first version of the PU model, discussion and adjustment of the model, testing the model and its refinement, another discussion cycle and the formation of the final version of the tool [4].

The result of this great work was an online tool available to any registered user. It is intended to "help interested universities evaluate themselves according to criteria that are grouped into seven groups:

HEInnovate is a self-assessment tool for higher education institutions wishing to explore their entrepreneurial and innovative potential. The self-assessment tool has the simple goal of helping higher education institutions determine their current situation and potential areas for action. HEInnovate provides an opportunity to monitor progress over time and create a community of practitioners.

It can be used by individuals or groups of people. The group function allows stakeholders in higher education institutions to come together and compare their grades internally. The results obtained from the use of HEInnovate belong to a higher educational institution. This results are available only to the registered user or, in the case of a group, to the group administrator. The registered profile provides access to all self-evaluations performed by the user, which can be used for their own internal

comparative purposes. Institutions with access to guidance notes and good practice examples for inspiration are identified using this tool.

HEInnovate was born as an idea, first besieged in March 2011 at the University Business Forum in Brussels; a biennial event that brings together universities and enterprises from all over Europe on mechanisms for collaboration and the promotion of knowledge sharing. A group of participants in the event made a recommendation to take a closer look at the basic concepts and characteristics of an entrepreneurial university. As a result, an online self-assessment tool was created in conjunction with the Organization for Economic Cooperation and Development. This is based on the OECD work on university support for entrepreneurship and the existing policies of the European Commission to promote entrepreneurship in higher education. The development of self-esteem was further supported by a group of external experts.

The European Union has extensive experience supporting the modernization of higher education through its educational and research programs. One of the activities of the European Commission is the University Business Forum (UBForum). Higher educational institutions, companies, business associations, intermediaries and government bodies meet at annual thematic forums, that is, they are given a common space for dialogue at the European level, contacts are established and an exchange of best practices is ongoing.

Instead of identifying a single way forward, States are offered a self-assessment tool and additional guidance and good practice materials. HEInnovate allows higher education institutions to evaluate themselves according to a series of statements regarding the entrepreneurial and innovative nature of their higher education environment.

HEInnovate is publicly available for use by any institution of higher education. There are no restrictions on who uses it and for what purposes. It is available for free, but cannot be used for commercial purposes. It is intentionally left open and flexible so that universities can decide on how to better organize users, analyze results, and outline future plans.

HEInnovate covers eight areas of self-esteem:

- a) leadership and management;
- b) organizational capacity: financing, people and incentives;
- c) entrepreneurial training;
- d) training and support for entrepreneurs;
- e) digital transformation and opportunities;
- e) knowledge sharing and collaboration;
- g) an internationalized institution;
- h) measurement of the impact of the area.

HEInnovate is used in universities to help develop its role as a regional and national leader in developing an entrepreneurial program. In 2016, HEInnovate hosted a presentation for executives, members of the rector's office, and executives from other university departments. The project quickly received institutional support. A self-assessment questionnaire was distributed to a wide range of university stakeholders in January 2017 across all faculties and schools. Self-esteem received more than 100 responses with a wide audience, from students to teachers and senior management.

Summing up, we can draw the following conclusions.

1. The entrepreneurial potential of the university – incorporates the features of creative, innovative and commercial potentials, each of which contains a number of resource potentials in its structure: personnel, information, financial, technological and others.

2. An analysis of the university's entrepreneurial potential involves a study of its entrepreneurial competencies that ensure competitiveness in the markets of scientific and educational services and labor by increasing the university's external flexibility, allowing it to adequately respond to the challenges of the external environment, as well as on the basis of internal flexibility, expanding the ultimate capabilities of the resources of the internal environment.

3. Given the multi-level and multi-faceted nature of the entrepreneurial potential, its assessment should be based on a system of indicators: activity – reflecting entrepreneurial activity, creative, creative aspects of activity; effectiveness – reflecting the nature of public recognition of university innovation and initiative; effectiveness – allowing to link together the strategic aspects of management with the current activities of the university and its structural divisions.

LIST OF LITERATURE

- 1 Petrov A., Sukhov S. Strategic management of university competitiveness // Higher education in Russia. 2007. No 2. P. 9–15.
- 2 Prahalad C.K., Hamel G. Strategic Intent. Harvard Business Review, May/June, 1985. P. 63–76.
- 3 Makronosov A.G., Mavrina I.N. The entrepreneurial potential of the development of an autonomous university: monograph. – Yekaterinburg, 2016. – P. 54–61.
- 4 Chernitsov A.E., Svetalkina M.V. Management of the process of forming entrepreneurial competencies of students in a regional university // Modern problems of science and education. 2015. No 1–1.

Аңдатпа

Мақалада авторлар кәсіпкерлік әлеуетті қалыптастыру үшін жоғары оқу орындарының әлеуметтік және ұйымдастырушылық аспектілерін қарастырады. Жаңа білім беру моделіне қайта құру процесінде пайда болатын жоғары оқу орындарының негізгі қауіптері мен мүмкіндіктерін анықтайды. Мақалада жоғары білім берудегі кәсіпкерлік әлеуетті қалыптастыру мен дамытудың әлемдік тәжірибесі талданады. Авторлар жоғары оқу орындарының кәсіпкерлік әлеуетін екі бағытта зерттеді. Біріншіден, жоғары оқу орны профессорлық-оқытушылық құрамының ғылыми және білім беру қызметтері нарығында бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ететін кәсіпкерлік әлеуетті қалыптастыру мүмкіндігі. Талдаудың екінші аспектісі студенттердің еңбек нарығында бәсекеге қабілетті ұсыныс жасау үшін кәсіпкерлік құзыреттілігін қалыптастыру мүмкіндігі болды. Екі көзқарасты зерттей отырып, авторлар жоғары оқу орындарындағы кәсіпкерлік әлеует жоғары сапалы бәсекеге қабілеттілікті қалыптастырып қана қоймай, экономиканы қазіргі жағдайда өзгерту үшін жаңа мүмкіндіктер алады деген қорытындыға келді. Авторлардың пікірінше, университеттің бәсекеге қабілеттілігі екі компонент бойынша бағалануы керек: қол жеткізілген нәтижелер мен стратегиялық позиция. Жоғары оқу орындарын қайта құру процесін терең талдау барысында авторлар кәсіпкерліктің әлеуетін дамыту деңгейін анықтайтын негізгі критерийлерді анықтады: ПОҚ сапалы құрамы, жарияланымдар саны, жарияланымдардың дәйексөзділігі, ғылыми гранттар саны.

Тірек сөздер: ЖОО-ларды қайта құру, кәсіпкерлік университеттер, инновациялық әлеует, құзыреттілік, стратегиялық позиция, ЖОО-ның бәсекеге қабілеттілігі.

Аннотация

В статье авторами рассматриваются социальные и организационные аспекты высших учебных заведений для формирования предпринимательского потенциала, обозначены основные риски и возможности высших учебных заведений, которые возникнут в процессе трансформации в новую модель обучения. В статье проведен анализ мирового опыта формирования и развития предпринимательского потенциала в высших учебных заведениях. Авторы исследовали предпринимательский потенциал высших учебных заведений в двух направлениях: в первую очередь как способность профессорско-преподавательского состава высшего учебного заведения формировать предпринимательский потенциал, обеспечивающий конкурентоспособность на рынке научно-образовательных услуг. Вторым аспектом анализа послужила способность формировать предпринимательскую компетентность среди студентов для создания конкурентоспособного предложения на рынке труда. Исследуя два подхода, авторы пришли к выводу, что предпринимательский потенциал в высших учебных заведениях не только формирует качественную конкурентоспособность, но и приобретает новые возможности для трансформации экономики в современных условиях. По мнению авторов, конкурентоспособность вуза следует оценивать по двум составляющим: достигнутой эффективности деятельности и стратегическому позиционированию. В ходе глубокого анализа процесса трансформации вузов авторами были выявлены основные критерии, определяющие уровень развития предпринимательского потенциала: качественный состав ППС, число публикаций, цитируемость публикаций, количество научных грантов.

Ключевые слова: трансформация вузов, предпринимательские университеты, инновационный потенциал, компетентность, стратегическое позиционирование, конкурентоспособность вуза.

IRSTI 06.71.45
UDC 378:338 (574)

L.A. TUSUPOVA,¹
d.e.s., professor.
I.V. SELEZNEVA,¹
d.e.s., professor.
E.M. YERALINA,¹
PhD.
Turan University¹

KEY INDICATORS OF THE DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION IN THE NATIONAL ECONOMY

Abstract

In this article, the authors consider the main indicators of the development of higher education in the system of national economy. The state and society are faced with the urgent task of forming an educational policy. It seems important to study and analyze the processes of reforming the entire system of higher education. The state policy of the Republic of Kazakhstan in modern conditions focuses on creating the powerful potential of highly qualified personnel, which is necessary for economic growth. For the economic development of Kazakhstan, it is necessary to revise the state's approaches to the further development of education and science. A high level of professionalism is ensured by the interaction of high-quality academic education with high-tech production. The authors analyzed macroeconomic indicators characterizing the impact of the higher education system on the development of the national economy. According to the results of the study, the authors identified the main areas of interaction between the higher education system and the national economy. The access to government subsidies is open to both public and private universities that have undergone accreditation. The Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan allocates the minimum size of grants and their number. This type of funding is provided to higher education institutions, and the targeted use of these funds is strictly controlled. The article discusses the key indicators of the higher education system, which form the competitive potential of the economy. The authors analyzed the dynamics of GDP growth, the number of students, the number of government grants placed. State funding of higher education in Kazakhstan continues to be a very important issue.

Key words: educational policy, academic education, scientific and pedagogical staff, economy modernization, higher education, education funding, grants.

The former state and society is at the core of the task of forming a formal policy. It is important to study and analyze the processes of reforming all systems of higher education.

The state policy of the Republic of Kazakhstan is based on the current conditions of the creation of high-qualified personnel, which are economically inaccessible. For economic development in Kazakhstan, it is impossible to overestimate the state of the country in the development of education and science. The highest professionalism is ensured by the highest degree of professionalism in high-tech production [1].

High-quality development of Kazakhstani universities is one of the main priorities for the development of the country's competitiveness. For independent Kazakhstan, the highest priority was the preservation of the achieved level and the further build-up of quality potential, which is closely related to the overall progressive development of the socio-economic and political life of the republic.

Higher education in the world is one of the most rapidly growing and promising sectors of the economy. According to experts, the demand and supply of educational services around the world are growing quite significantly, especially in higher education, and in the most dynamically developing countries their annual growth rate reaches 10–15%.

The process of developing universities is a complex and multifaceted problem, in which economic, social, technical, and managerial aspects are closely intertwined, the solution of which will raise the quality of training specialists to a high level.

However, this information does not provide a complete picture of the state of higher education in Kazakhstan. In our opinion, a need arose for a systematic approach to assessment. For this, it is necessary to identify factors that influence the development of the university management system in modern business conditions, based on the analysis of which it is possible to formulate a concept for the development of each university in relation to a specific macro- and microeconomic situation;

to forecast educational potential using quantitative assessments and taking into account structural changes; to link the need for a highly skilled workforce, and in the specialties necessary for an innovative economy [2].

To analyze the status and development trends of higher education, the official sources of the Republic of Kazakhstan contain rather diverse, but scattered information about their activities; on the state of supply and demand for training specialists for labor markets; quantitative and qualitative structure of the personnel potential of universities; living standards of various categories of the population; trends in demographic indicators necessary to determine the contingent of future applicants; development of scientific and innovative potential of universities of the republic, etc.

Therefore, in our opinion, it is advisable to monitor the status of university management using a factor approach.

Global changes in the technological, economic and social development of world civilization have turned universities into a strategic factor in the progress of society. The increase in the scientific, technical, sociocultural and spiritual potential of society is directly related to the level and condition of the higher education system, and the increase in the educational and professional level of the entire population.

The role of universities at the present stage of development of Kazakhstan is determined by the tasks of building a democratic and legal state with an innovative economy, the need to overcome the danger of a country lagging behind global trends in economic and social development.

For dynamically developing Kazakhstan, the development of intellectual resources is the most important strategic landmark. Considering the training of qualified personnel to be the main condition for Kazakhstan's competitiveness, the head of state noted the need for educational reform to achieve such a level of education that "any citizen of our country, having received the appropriate education and qualifications, will be able to be in demand in any country in the world."

To overcome the negative aspects in the preparation of scientific and scientific-pedagogical personnel, the state policy of Kazakhstan must solve a number of urgent tasks: to provide training for scientific and scientific-pedagogical personnel at the level of world qualification requirements by creating an effective system of postgraduate education; to improve the democratization of the certification system, ensuring transparency of the procedure for considering dissertation works; to improve the integrated three-level system of training professional personnel in accordance with the Bologna process (bachelor – master – PhD); create a regulatory framework for the functioning of a new model of postgraduate professional education.

Over the years of independence, the Kazakhstani economy, as analysis shows, has steadily maintained high growth rates. According to the State Statistics Committee of the Republic of Kazakhstan, the growth in the country's gross domestic product (GDP) for the period from 1991 to till the end 2018 amounted to 183.2%.

End-use GDP accelerated to 3.1% in the first quarter of 2017, primarily due to a recovery in consumer demand and an increase in gross capital formation. In addition, for the first time since the second quarter of 2015, there was a positive contribution from net exports.

The positive contribution of net exports was accompanied by a significant reduction in imports of goods and services. At the same time, a moderate recovery in exports occurred against the background of an increase in the value terms of exports of mineral products and metals, which was associated with an improvement in the pricing environment on world commodity markets [3].

The growth in gross fixed capital formation amounted to 3.0% and was ensured by an increase in fixed investment in manufacturing by 32.0%, agriculture – by 22.0%, real estate operations – by 21.8%, and transport – by 2.9%, as well as activities in the field of administrative and support services – by 90.2%.

The Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan finances higher and postgraduate education in two ways: to increase the material and technical base (only for state universities) and through the so-called state orders (grants) for training specialists.

Access to government subsidies is open to both public and private universities that have undergone accreditation. MES RK establishes the minimum size of grants and their number. This type of funding is provided to higher education institutions, and the targeted use of these funds is strictly controlled.

Currently, 83.9% of the state order is placed in state universities (more than 103,000 grants out of 123,300) and is aimed at supporting the priorities of training in technical, technological, educational, medical, agricultural and transport specialties.

Since 2014, the state has also allocated funds to receive an educational grant under the Serpin–2050 program for studies in basic universities in 7 regions. The program aims to reduce unemployment in the southern regions and to fill the lack of personnel in the western, eastern and northern regions of the country in pedagogical, technical and agricultural specialties. Under this program, 1050 grants were allocated in 2018, in 2019 – 5000 thousand; training of specialists will be carried out in 19 universities of the country.

Over the past five years, funding for the education system has increased by almost five times. Today, this amount is 1.4 trillion tenge. The financing of science has doubled – today it is about 45 billion tenge. Clause 2 of Article 30 of the Constitution of the Republic of Kazakhstan stipulates that a citizen has the right to receive free higher education on a competitive basis in a state higher educational institution, which means that the state is aware of the need to allocate significant funds for the education of its citizens in universities. In this regard, it should be noted that the developed countries of the world spend significant, constantly increasing budget funds on the development of higher education.

In the USA, 1.5% of GDP is spent on higher education, which is less than in Finland, where the similar indicator is 2.1%, but higher than in the UK (1.1%). However, it is in the United States that special attention is paid to the problem of financing higher education.

If we compare the effectiveness of financial efforts of Kazakhstan with other countries, then government spending on higher education in Kazakhstan looks extremely low. With spending on higher education at about 0.3% of GDP, Kazakhstan cannot stand comparison with countries such as Malaysia and China (0.8%). No country has been able to achieve sustainable development without significant and effective investment in higher education.

State funding of higher education in Kazakhstan continues to be a very important issue. By financing educational services of higher education, the state regulates the production of services to the extent necessary for society, provides an opportunity to study for poor, but capable students, and helps to maintain the structural balance of supply and demand of the labor market and the market for educational services of higher education.

With the advent of non-state universities and their branches along with state universities, the educational field in the regions has expanded [4].

However, as before, more than 1/3 of the universities are concentrated in the city of Almaty, their contingent is 20% of all students in Kazakhstan. The smallest number of universities and students studying in them is in Kyzylorda, Atyrau, Mangystau, and North Kazakhstan regions.

Significant differences in the regional location of universities stem from trends in the socio-economic development of the regions of Kazakhstan. The largest number of specialties (areas of training) – 41 are offered by universities in Almaty, more than 30 – educational institutions of the Karaganda and East Kazakhstan regions, from 15 to 20 – Aktobe and Kyzylorda regions, 8 – the smallest – universities of Almaty region, the remaining regions – from 20 to 30 specialties.

At the beginning of 2019, only 8 555.3 thousand citizens were employed. Of these, 3080 thousand people had higher education, 2987 people had secondary special education, and the rest had secondary and primary education.

At the same time, the development of the educational services market in a rapidly changing economic situation, the lack of social partnership between employers and the system of primary secondary vocational education have led to imbalances in the training of personnel by educational level and economic sectors.

The number of trained technical and service labor specialists per 10 thousand people is significantly lower than in the field of higher education, and at the beginning of 2019 amounted to 162 students in colleges, 66 students in vocational schools, while this figure in universities the same time period amounted to 439 students.

There is an increase in training for the non-manufacturing sector, while the need for technical, construction, and agricultural specialties remains extremely low. It follows that Kazakhstan has not

developed a mechanism for attracting private sector funds to the organization of vocational education and training.

A significant problem remains the aging of personnel, which is observed in all CIS countries. There is an outflow of the most qualified teaching staff.

The number of students in universities in the 2018–2019 academic year is 477,074 people. There are fewer people wishing to get higher education with each academic year. The number of students decreased by 94 617 people – from 629 507 to 477 074 people.

The greatest decline in interest in higher education can be noted in Akmola, Zhambyl, Karaganda, Kostanai, Pavlodar, East Kazakhstan regions and the city of Almaty. It should be noted that in Astana, undergraduate students, on the contrary, became more [5].

Despite the fact that the number of undergraduate students is significantly reduced, a qualitative approach to postgraduate education is growing. Those students who complete the first stage of higher education prefer not to stop there and continue their studies in the future. So, the number of undergraduates and doctoral students over the past 4–5 academic years has increased significantly. In general, in the academic year 2018/19, Kazakhstan decided to continue further education and 29,882 people entered the magistracy.

Almost half the number of applicants to the magistracy in the South Kazakhstan region and Pavlodar region has increased. In other areas, there is also a tendency towards an increase in the number of undergraduates.

According to 2018 data, 9.4% of the total number of faculty members have a doctorate degree, 37.7% have a candidate of science, 6.1% have a professorship, 17.1% have been an associate professor.

The number of teachers with an academic master's degree is 10 108 people, or 26.5%, doctors of philosophy (PhD) and doctors in profile – 1273 people, or 3.3%.

Thus, the analysis of the current state of the higher education system, as well as the undertaken content analysis, allowed us to draw the following conclusions.

1. The Law “On Education” adopted in Kazakhstan (2007) legislated a new national model of the education system[6]. In accordance with the Law, the educational policy in Kazakhstan should be based on such strategies as the development of education as one of the leading factors in the formation of the intellectual and social base of reforms, modernization and democratization of public life; the democratization of education itself as a social institution and educational practice. In modern conditions, modernization of education is necessary, the leading direction of which should be the preparation of specialists for innovative activities.

2. The implementation of the main provisions of the Law of the Republic of Kazakhstan “On Education” is reflected in 24 resolutions of the Government of the Republic of Kazakhstan, 7 of which relate to the system of higher professional education.

3. In the process of modernization of Kazakhstani legislation in the field of education, 58 regulatory legal acts were adopted.

4. The education system of Kazakhstan turned out to be generally stable in relation to various post-crisis factors, to destructive processes in society.

5. The analysis made it possible to establish freedom in the choice of educational programs, forms of training, types of educational institutions, teaching methods.

6. The reduction in funding directly affected all segments in the education system. The balance in the field of scientific research in the field of basic and applied sciences is upset.

7. In general, the reforms in the field of education in Kazakhstan have led to the democratization of higher education and the decentralization of its management, the development and implementation of new state standards for higher education, and an increase in the number of students.

LIST OF LITERATURE

1 Message of the First President of the Republic of Kazakhstan – Leader of the Nation N.A. Nazarbayeva to the people of Kazakhstan “Strategy “Kazakhstan–2050”: the New political course of the completed state”. – Astana, 2016. – December, 14.

2 Management of a higher educational institution: textbook / ed. S.D. Reznik and V.M. Filippova. – M., 2014. – 416 p.

- 3 Zavyalova T.A. The concept of competitiveness of the national economy // Creative Economy. 2017. No 2. P. 40–48.
- 4 University competitiveness in the context of innovative development. – Almaty: Turan University, 2018. – 220 p.
- 5 Bolgautov T.A. Innovation, education and human development // Economics and Environmental Management. 2016. No 1.
- 6 Law of the Republic of Kazakhstan “On Education”: adopted July 31, 2007 No 319–III (as amended on December 28, 2017). – Astana, 2007.

Аңдатпа

Бұл мақалада авторлар ұлттық экономикадағы жоғары білімнің дамуының негізгі көрсеткіштерін қарастырады. Мемлекет пен қоғам алдында білім беру саясатын қалыптастыратын, өзекті міндет тұр. Жоғары білімнің барлық жүйесін реформалау процестерін зерделеу және талдау маңызды болып көрінеді. Қазақстан Республикасының қазіргі жағдайындағы мемлекеттік саясаты, экономикалық өсу үшін, қажетті, жоғары білікті кадрлардың қуатты әлеуетін құруға бағытталған. Қазақстанның экономикалық дамуы үшін мемлекеттің білім мен ғылымды одан әрі дамытуға деген көзқарасын қайта қарау қажет. Кәсіби шеберліктің жоғары деңгейі, жоғары сапалы академиялық білімнің жоғары технологиялық өндіріспен өзара әрекеттесуімен қамтамасыз етіледі. Авторлар жоғары білім жүйесінің ұлттық экономиканың дамуына әсерін сипаттайтын макроэкономикалық көрсеткіштерге талдау жасады. Зерттеу нәтижелері бойынша авторлар жоғары білім жүйесі мен ұлттық экономика арасындағы өзара әрекеттесудің негізгі бағыттарын анықтады. Мемлекеттік субсидияларға аккредитациядан өткен мемлекеттік және жеке университеттер қол жетімді. ҚР БҒМ гранттардың ең төменгі мөлшері мен олардың санын белгілейді. Қаржыландырудың бұл түрі жоғары оқу орындарына беріледі, және бұл қаражаттардың мақсатты пайдаланылуы қатаң бақыланады. Мақалада экономиканың бәсекеге қабілеттілігін қалыптастыратын жоғары білім жүйесінің негізгі көрсеткіштері қарастырылған. Авторлар ЖІӨ-нің өсу динамикасын, студенттердің санын, мемлекеттік гранттардың санын талдады. Қазақстандағы жоғары білім беруді мемлекеттік қаржыландыру маңызды мәселе болып қала бермек.

Тірек сөздер: білім беру саясаты, академиялық білім, ғылыми-педагогикалық кадрлар, экономиканы модернизациялау, жоғары білім, білім беруді қаржыландыру, гранттар.

Аннотация

В статье авторами рассматриваются основные показатели развития высшего образования в системе национальной экономики. Перед государством и обществом стоит актуальная задача формирования образовательной политики. Представляется важным изучение и анализ процессов реформирования всей системы высшего образования. Государственная политика Республики Казахстан в современных условиях основной упор делает на создание мощного потенциала высококвалифицированных кадров, которые необходимы для роста экономики. Для экономического развития Казахстана необходимо пересмотреть подходы государства к дальнейшему развитию образования и науки. Высокий уровень профессионализма обеспечивается взаимодействием качественного академического образования с высокотехнологичным производством. Авторами проведен анализ макроэкономических показателей, характеризующих влияние системы высшего образования на развитие национальной экономики. По результатам исследования авторами были определены основные направления по взаимодействию системы высшего образования и национальной экономики. Доступ к государственным субсидиям открыт как для государственных, так и для частных университетов, которые прошли процедуру аккредитации. МОН РК устанавливает минимальный размер грантов и их количество. Этот тип финансирования предоставляется высшим учебным заведениям, целенаправленное использование этих средств строго контролируется. В статье рассмотрены ключевые индикаторы системы высшего образования, которые формируют конкурентоспособный потенциал экономики. Авторами проанализирована динамика роста ВВП, численность обучающихся, количество размещенных государственных грантов. Государственное финансирование высшего образования в Казахстане продолжает оставаться весьма важным вопросом.

Ключевые слова: образовательная политика, академическое образование, научно-педагогические кадры, модернизация экономики, высшее образование, финансирование образования, гранты.

IRSTI 06.51.25
UDC 339.56.055

D.I. RAZAKOVA,¹
PhD., c.e.s., associate professor
B.M. BEKKULIEVA,¹
c.t.s., associate professor
A.A. ISTAEVA,²
c.e.s., professor.
Turan University¹
Narxoz University²

FORMATION AND DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL SERVICES ON THE MARKETING PRINCIPLES

Abstract

The article considers education in the form of a socio-economic category as the sum of skills and competences acquired by a person and as a system of social relations for the exchange of knowledge, abilities, skills and information. The goal of educational marketing in developed countries is to maximize the impact of the educational process and bring individual interests together with collective ones to harmony, and in accordance with a broader definition of education, this involves a process that develops a person's abilities, ideas and behavior. Thus objectively necessary is intervention from state influence on forming and development of educational services on principles of marketing. The problems raised in the article are relevant, since the modern educational process aimed at achieving results should make a number of changes to ensure the transition from mass education, which is characteristic of the industrial economy, to innovative education and a socially-oriented economy, individualizing educational services for everyone. This will certainly push science to improve the educational services that characterize global and domestic fundamental science. All this will lead to the formation of a creative and socially responsible person. In the course of the study, the main emphasis is placed on strategies to improve the educational system as a scientific, theoretical, methodological document, the main vectors of the direction of development of our state in the educational arena as an important component of the country's foundation and the strengthening of state independence.

Key words: higher education, educational services, competences, educational marketing, social marketing, competitiveness, accreditation of the university.

Determination of basic directions, priorities, tasks and mechanisms of realization of public policy as terms of development of innovative economy is the article of sharp scientific discussions. The result of human labor is a product. It can be in a material or non-material form. As mentioned in the dictionary of economic encyclopedia [1], the products of labor are subdivided into material and non-material (services). In addition, "service is the special consumer value of process of labor, that is expressed in a useful effect, that answers the necessities of man, personnel and society" [1]. At commodity-money relations an economic form of existence of products of labor is the article of trade. Today most economists examine an educational product as article of trading in economic education as "system of socio-economic relations between public and non-state institutions (by organizations and establishments of sphere of education) and majority of population occasionally educating, education and educating of productive forces of education for a corresponding pay" [1]. Educational product – an economic product produced in the field of spiritual and intellectual production (intellectual product) or in the form of work and services performed [1]. The educational process includes not only the results of intellectual, mental, spiritual and creative activities, which are embodied in discoveries, inventions, patents, scientific projects, etc., but also the formation of personality, the creation of "human capital" and the corresponding specialist competence.

For our research an important aspect is theoretical and methodological basis of such basic concepts in educational activity, as economic resources (capital goods) and results. It is needed to mark that since A. of Smith [2] working hard of economists-classics is sanctified to the system of education. The theories of classic economy, touching essence and character of education, later grew into a neoclassical theory, foremost in two conceptions - conception of human capital and conception of productive function of education. Works of scientists studying a human capital, educations that

form certain knowledge of man investigate possibilities and prospects, him / her capabilities and skills. What a more human capital will be in certain society, the more productive will be his labor resources. Representatives sciences that analysis the process of educating from position of productive function assert that education is studied as a productive process, as it is the expedient activity, sent to the production of product that answers necessities. They design the productive function of education, analyses a structure and specific of intercommunications of resources and results etc. [2].

Different theories of studying educational activity from different points of view analyze the effectiveness of resources and the results of this process. An educational product is produced as a result of using economic resources. Usually the main economic factors are land, capital and labor. According to his definition, a resource is a thing that can contribute to the success of production, in our case, the educational process.

In a market economy activity of the system of education as a social institute, providing reproduction of intellectual and cultural potential of society comes forward as educational service [3] that accepts a commodity form and, consequently, has the use value and price. Scientists supposed that marketing relations are based on expectations of the mutual personal interest; here both sides expect comparable benefits from relations [3].

Use of phrase “educational services” became usual both for those, who gives these services and for those, who consumes them. It is possible to say in the first approaching, that educational services [3] are the services given in the system of education.

In an order to begin the detailed analysis of determination “educational services”, let us consider two constituents that form his “education” and “service”.

Examining “Education” as a socio-economic category we understand the following [4].

1. Education is the sum of skills and competences acquired by a person. Thanks to education, a person can satisfy his needs in the form of income, and the employer can benefit for his company through human capital [4].

2. Education is an activity where a person is studied and trained, because a person forms the above set of acquired knowledge and acquired skills.

3. Education is a system of social relations for the exchange of knowledge, abilities, skills and information. This is a platform for performers and consumers of educational services, that is, a market.

Considering the concept of “service” we come to the following conclusion.

A service (in economic science) is a type of product that can be produced, passed and consumed simultaneously [5].

A service [10] is an economic relationship arising from a person’s needs that is satisfied during the purchase process.

Service [9] is an action directed directly at the consumer.

In Europe many authors reasonably reject cleanly market approach in education, as availability and equality in education are values from that nobody wants to refuse. For example, the German researcher Frank-Rüdiger Yah consciously is not used by a word “services” [5] in regard to education, as it is not for him a commodity and it cannot be attributed to service business. Jan de Groof, analyzing concepts “Educational services” and “education” [6], came to the conclusion that between them there is clear distinction. However a grant of educational services is the generating function of the state, arising up on the basis of constitutional right of citizen to education [5].

The essence of educational services can be perceived differently, depending on the expectations and wishes of students. The essence of the service is determined not only by the experience of users of this service, but rather by their understanding / perception of the service without experience. Therefore, their solution is also determined by other sources, such as: media, friends, associations, etc. [6].

The most important and significant contribution to literature, in my opinion, is related to the work of Gyönös, written in 2011, which emphasizes the goal of educational marketing: to maximize the impact of the educational process and harmonize individual interests with collective interests when it comes to learning. Thus, according to the broader definition of education, this involves a process that develops a person’s abilities, ideas and behavior.

In 1985, Philip Kotler and Karen F. Fox developed strategic marketing for educational institutions and offered solid marketing fundamentals for the core business of school divisions. When it comes to

educational offers, Kotler primarily refers to curricula and services. The services offered are fraught with particular difficulties, since most services are intangible, inseparable, volatile and perishable. Most services do not exist until the service provider performs them, usually in the presence of the customer.

In 1993, John H. Holcomb published his work entitled Educational Marketing, citing public school systems in America. His work offers methods for more effective educational services by improving the activities of students, members of the administrative board, school directors, etc. Andrew Hockley in his book “Education Management” addressed issues related to organizational culture, people resources, consumer behavior, financial management, and project management in school units.

In Romania in 1976 in a magazine “Pedagogics” appeared the article of M.S. Demetrescu the “Social marketing for education”. Among the most essential works in Romanian language we can name those that belong to the university professors to Gabriel Bratuc and Ana Ispas, “Introduction to the social marketing”, accordingly the “Social marketing”.

According to the American Association, services are activities, benefits, or utilities that are offered on the market or performed in close connection with the sale of goods. Definition given by L.L. Berry is particularly concise and says that a service is an activity, effort, performance. According to the definition provided by F. Kotler, a service is any activity or advantage that can be offered to another, and which, in fact, is intangible, not having as a result the ownership of one thing over another. Most definitions found in specialized literature emphasize the fact that services are “activities that result in intangible and non-storage items”, they do not apply to products that exist independently.

As with service marketing, educational marketing is also closely linked to social marketing. The main goal of social marketing is to develop constructive approaches that support the desired behavioral changes and support the principle of a growing public perception that the benefits of new behavior exceed the cost of adopting such behavior. The concept of social marketing is rooted in the rhetorical question of the American academician Weebe 1951: “Why cannot we sell our fraternity in the same way we sell soap?”, an idea that found fertile ground in Kotler. In his 1969 work, he wrote that marketing is a widespread social activity that goes beyond the range of sales of toothpaste, soap, or iron [6].

We must continue to carry out a series of changes to ensure the transition from mass education, which is characteristic of the industrial economy, to innovative education and a socially oriented economy, individualizing educational services for all comers. This will certainly push science to improve the educational services that characterize global and domestic fundamental science. All this will lead to the formation of a creative and socially responsible person.

2005 was the year of implementation of the State Program for the Development of Education in the Republic of Kazakhstan for 2005–2010, the State Program for the Development of Technical and Vocational Education in the Republic of Kazakhstan for 2008–2012, the Children of Kazakhstan Program for 2007–2011, and Programs for Providing Preschool Children education “Balapan” for 2010–2014.

A very big contribution to the development of human capital was the Bolashak international scholarship of the Republic of Kazakhstan, which gives an opportunity to capable young citizens of Kazakhstan to get education in various best higher educational institutions of the world.

The strategy for improving the educational system is a scientific, theoretical, methodological document that defines the goal, basis and objectives, as well as the main vectors of the direction of development of our state in the educational arena as an important component of the foundation of the country and the strengthening of state independence, the progressive development of the country.

Another indicator of improving education was the Decree of the First President of the Republic of Kazakhstan – Elbasy “On approval of the State program for the development of education of the Republic of Kazakhstan for 2011–2020”.

2013 showed that the Republic took 27th place among 170 different states in the Global Youth Development Index. Our state has received positive feedback due to the fact that our young generation is easily employed and actively participates in the political arena of the country.

UNESCO also noted that there is progress in our republic. The level of education has enabled Kazakhstan to enter the top ten leading countries in this field. In 2015, our country was included in the list of high-level development countries, ranking 56th among 188 world economies [7].

In the Global index of competitiveness 2017–2018 year of the World economic forum Kazakhstan stationed oneself on 69 positions among 140 countries of the world. From 12 identifiers of the educational programs and science a positive result was for 8, such criteria as quality organization of the educational programs and research organizations entered here, availability on territory of schools of Wi-Fi, possibility to use research and educational services

According to data very much analyzable indexes changed on our state. From 98 indicators in rating an improvement happened for to 50 factors, for it was not changed 14 factors of position. For example, on an index “Institutes” Kazakhstan walked up 12 positions and took the 61th place. It would be desirable to mark that a most decline happened on 5 positions on a factor “Education and skills”. In spite of insignificant changes in rating, Kazakhstan occupies good position however. If to distinguish countries the CIS, then our republic is on the second place after Russian Federation.

Kazakhstan considerably moved up in area of educational services and system on the whole. In spite of it there are however areas it must control that and perfect our system.

We would like the sharpest problems to distinguish.

1. An analysis of the OECD survey revealed that 70% of the country’s companies rate the level of personnel training as low. They argue this with the fact that university graduates do not have enough competencies in their field. For example: lack of computer design skills, insufficient level of knowledge of the English language, the inability to work with complicated welding structures. Each year, 30 thousand foreign specialists are attracted to the labor market, of which 24.9 thousand (83%) are for industry.

2. Pedagogical specialties turned out to be another weak sector in the system. When entering a university, there are special requirements for applicants. Training does not always allow the use of new technologies in educational practice. Trilingual education is still not in line with the planned indicators. The level of language knowledge of students and teachers does not correspond to the specified indicators. Education in English requires an improvement in the scientific and methodological program.

3. About 1000 students with special needs in the educational program study at various universities of the country. No employment is provided for these students.

4. State control is not fully transparent, which is evidence of bribery [4].

The transition according to the program of the Bologna process has been completed: academic freedom – the component of choice in the structure and content of educational programs will be increased: in the bachelor’s program up to 70%, in the magistracy up to 80%, in doctoral studies up to 90–95%;

Today, in the educational arena, we can observe 149 Higher Educational Institutions [8]. Of these, 39 are located in the city of Almaty.

Kazakhstan has 10 national universities, 32 state, 15 corporatized (partially state), 3 international, 71 private, 13 law enforcement agencies, 5 branches of Russian universities. The number of private universities is almost half of all universities in the country. Innovative and entrepreneurial university “Turan” in Almaty and “Turan-Astana” in the city of Nur-Sultan are included in these figures. At the same time, the number of students who choose Turan University is increasing. This year, student growth was 6%, including foreign applicants.

An independent accreditation and rating agency annually since 2014 compiles a rating of universities in Kazakhstan according to five criteria.

1. The presence of supporting documents on passing accreditation of the University and the educational program in stages (undergraduate, graduate, doctoral).
2. The presence and number of gifted students and teachers.
3. The attractiveness of the educational program for students and teachers of near and far abroad. Possibility of student exchange and teacher experience.
4. The quality of students after graduation as completed specialists and their ability to find a job.

5. Assessment of the research results of teachers, undergraduates and doctoral students based on foreign, international publications, taking into account the Hirsch index [8].

At global level education is examined as a basic factor of steady economic, social and human development. In that behalf education is a fundamental element, structure-forming potential and development, skills by means of receipt of qualification, technical progress and ability to use the human capitals of country. University education is obvious investments in human capitals and high quality of education processes and services matter very much for development cultural, social and economic status of the state. University education is considered therefore one of the most important factors, that influence on development of highly skilled labor force that will make the engine of economic, social and cultural development of nation.

In the modern world, when society and business develop with enormous speed, the market of educational services too suffers changes and tries to save quality and values of higher education of past years. The increase of competition on foreign and home grounds does a necessity a search qualitatively of new approaches in the process of educational activity and to the organizational structure.

LIST OF LITERATURE

- 1 The labor paradigm: A. Smith against the “neoclassical” // Economist. 2009. No 3. P. 55–80 (in Russian).
- 2 Kolyuzhnova N.Ya., Jacobson A.Ya., Educational service: concept, features, classification. Marketing. General course: <https://psyera.ru/4118/obrazovatel'naya-usluga-ponyatie-osobennosti-klassifikaciya>, 2017 (in Russian).
- 3 Jane K.K., Agarwal S. Higher education in the future. 2006. No 10(2). P. 25–32.
- 4 Ageshkina N. Concept and main types of educational services: <http://www.finexg.ru/ponyatie-i-osnovnye-vidy-obrazovatel'nykh-uslug/>, 2016 (in Russian).
- 5 Levchuk O. The concept of educational services: <https://nsportal.ru/vuz/pedagogicheskie-nauki/library/2012/12/01/ponyatie-obrazovatel'noy-uslugi>, 2016 (in Russian).
- 6 Educational activities and educational services: correlation of concepts, 2018: <https://wiselawyer.ru/poleznoe/40415-obrazovatel'naya-deyatelnost-obrazovatel'nye-uslugi-sootnoshenie-ponyatij> (in Russian).
- 7 List of higher educational institutions of Kazakhstan. Wikipedia is a free encyclopedia. 2019 (in Russian).
- 8 Rating of universities, IAAR, 2018: <http://www.iaar.kz/ru/rejting/rejting-vuzov-2018> (in Russian).

Андатпа

В статье рассматривается образование как социально-экономическая категория и сумма умений и компетенций, приобретаемых человеком, как система социальных отношений для обмена знаниями, способностями, навыками и информацией. Отмечено, что в развитых странах цель образовательного маркетинга – максимизировать влияние образовательного процесса и привести в гармонию индивидуальные интересы вместе с коллективными. Согласно более широкому определению образования, это предполагает процесс, который развивает способности, идеи и поведение человека. При этом объективно необходимым является государственное влияние на формирование и развитие образовательных услуг на принципах маркетинга. Затронутые в статье проблемы актуальны, так как современный образовательный процесс, нацеленный на достижение результата, должен внести ряд изменений для обеспечения перехода от массового образования, которое характерно для индустриальной экономики, к инновационному образованию и социально ориентированной экономике, индивидуализирующей образовательные услуги для всех желающих. Это непременно подтолкнет науку к улучшению образовательных услуг, которые характеризуют мировую и отечественную фундаментальную науку. Все это приведет к формированию творческой и социально ответственной личности. В ходе исследования основной акцент делается на стратегию улучшения образовательной системы как научно-теоретического, методологического документа, на основные направления развития государства на образовательной арене как значимой составляющей фундамента страны и укрепления государственной независимости.

Ключевые слова: высшее образование, образовательные услуги, компетенции, образовательный маркетинг, социальный маркетинг, конкурентоспособность, аккредитация вуза.

Аннотация

В статье рассматривается образование как социально-экономическая категория и сумма умений и компетенций, приобретаемых человеком, как система социальных отношений для обмена знаниями, способностями, навыками и информацией. Отмечено, что в развитых странах цель образовательного маркетинга – максимизировать влияние образовательного процесса и привести в гармонию индивидуальные интересы вместе с коллективными. Согласно более широкому определению образования, это предполагает процесс, который развивает способности, идеи и поведение человека. При этом объективно необходимым является государственное влияние на формирование и развитие образовательных услуг на принципах маркетинга. Затронутые в статье проблемы актуальны, так как современный образовательный процесс, нацеленный на достижение результата, должен внести ряд изменений для обеспечения перехода от массового образования, которое характерно для индустриальной экономики, к инновационному образованию и социально ориентированной экономике, индивидуализирующей образовательные услуги для всех желающих. Это непременно подтолкнет науку к улучшению образовательных услуг, которые характеризуют мировую и отечественную фундаментальную науку. Все это приведет к формированию творческой и социально ответственной личности. В ходе исследования основной акцент делается на стратегию улучшения образовательной системы как научно-теоретического, методологического документа, на основные направления развития государства на образовательной арене как значимой составляющей фундамента страны и укрепления государственной независимости.

Ключевые слова: высшее образование, образовательные услуги, компетенции, образовательный маркетинг, социальный маркетинг, конкурентоспособность, аккредитация вуза.

ҒТАМИ 82.05.09
ӘОЖ 376.126

А. ИЛЬЯС,¹
Э.Ғ.К., доцент.
Д.М. ДАДАБАЕВА,¹
Э.Ғ.К., доцент.
С.Н. ИЗЕЕВ,¹
Э.Ғ.К., доцент.
«Тұран» университеті¹

ИННОВАЦИЯЛЫ-КӘСІПКЕРЛІК ТИПТЕГІ УНИВЕРСИТЕТТІҢ КОРПОРАТИВТІ МӘДЕНИЕТІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Андатпа

Мақалада Қазақстандағы ЖОО-лардың инновациялық және кәсіпкерлік қызметін, корпоративтік мәдениетін қалыптастыру қарастырылған. Авторлар корпоративтік мәдениетті құрудың өзектілігі мен маңыздылығын, атап айтқанда инновациялық және кәсіпкерлік типтегі университеттің миссиясы мен даму стратегиясына сәйкес келетін құндылықтар мен сенімдер, сонымен қатар ЖОО-ның корпоративтік мәдениетінің түрлері, бұқаралық ақпарат құралдары және элементтері анықталды. Корпоративтік мәдениеттің элементтері инновациялық-кәсіпкерлік типтегі университетке қатысты және басқарушылық шешім қабылдау жағдайында нақты бағалау үшін қажет, оның тұтас имиджін қалыптастыру кезінде университеттің негізгі сипаттамаларын түсіндіретін, инновациялық-кәсіпкерлік типтегі университетте корпоративтік мәдениеттің ұсыныстарын әзірлеуге ұсынылады. Инновациялық және кәсіпкерлік типтегі университеттің корпоративтік мәдениетін қалыптастыру бойынша ұсыныстар жасалды. Авторлардың пікірінше, университеттің тиімді корпоративтік мәдениеті инновациялық-кәсіпкерлік университеттің бәсекеге қабілеттілігіне оң әсер етеді, ол университеттің және оның түлектерінің іскери серіктестер мен қоғам арасында жағымды бедел мен тартымды имиджін қалыптастыруда көрінеді. Университеттің корпоративтік мәдениетін оқытушылар мен қызметкерлердің инновациялық сезгіштіктері мен белсенділіктерінің өсуі бағытында қалыптастыру университеттің стратегиялық мақсаттары мен жоғары білім мен қоғамдағы инновациялық даму тенденцияларының сәйкес келуін қамтамасыз етеді. Корпоративтік мәдениет басқарудың нәтижелігі мен тиімділігін арттыруға байланысты үрдістерді және басқа ұйымдық өзгерістерді жақсарту жөніндегі ұсыныстардың өсуін ынталандыратын қызметкерлердің шығармашылық белсенділігін арттыруға септігін тигізеді.

Тірек сөздер: корпоративтік мәдениет, университет, имидж, оқытушылар, студенттер, инновациялар, кәсіпкерлік, университеттің бәсекеге қабілеттілігі.

Қазіргі кезде қоғамда әр түрлі елдердегі жаһандану мен интеграциялық процестердің күрделене түсуіне байланысты кез-келген кәсіпорында корпоративтік мәдениетті қалыптастыру өзекті мәселе болып табылады. Егер жоғары оқу орындарындағы корпоративтік мәдениет туралы айтатын болсақ, онда сыртқы байланыстарды жаһандық ауқымға кеңейту, плюрализм бұл тұжырымдаманы білім беру үрдісінің барлық субъектілері (студенттер, оқытушылар, университет басшылары) және сыртқы орта – билік, қоғам, жұмыс берушілер және отбасы өзара әрекеттестігі тұрғысынан тұжырымдалады.

Қазіргі уақытта жоғары оқу орындарының корпоративтік мәдениеті белсенді түрде зерттелуде. Сонымен бірге корпоративтік мәдениет дегеніміз университетте сыртқы орта мен ішкі интеграцияланған қарым-қатынасқа бейімделген мәдени мағыналардың, рәміздердің және мінез-құлықтардың жиынтығы болып табылады.

Үкімет тарапынан білім беру жүйесін қаржыландырудың қысқаруына, білім беру қызметтері нарығының кеңеюіне және Қазақстанның білім беру нарығындағы университеттер арасындағы бәсекелестіктің күшеюіне байланысты менеджментті жетілдіру, корпоративтік мәдениетті қалыптастыру инновациялық және кәсіпкерлік қызметті дамыту қажеттілігі туындады.

Жаһандану жағдайында жоғары оқу орындарындағы инновациялық үрдістерді басқару, инновациялық өзгерістер, корпоративтік мәдениетті қалыптастыру – университеттің миссиясы мен даму стратегиясына сәйкес құндылықтар мен сенімдерді қалыптастыру мәселелері өзекті болып қала береді. Бұл бағытта университетті еңбек нарығының қажеттіліктерін қанағаттандыруға, пайда табуға, инновациялық технологияларды дамытуға, ғылыми-зерттеу жобаларын қолдауға және басқаруға бағытталған инновациялық-кәсіпкерлік типтегі ұйымға айналдыруға көп көңіл бөлінеді [1].

Классикалық университеттің және кез-келген басқа университеттің инновациялық-кәсіпкерлік типтегі ұйымға айналуы сөзсіз елеулі құрылымдық және ұйымдастырушылық өзгерістерге әкеледі.

Инновациялық-кәсіпкерлік университет өз қызметкерлері арасында белгілі бір корпоративті мәдениетті дамытуға тырысады, бұл ұйымның стратегиялық саясатының бөлігі ретінде өзгертулерді қабылдауды қамтиды. Мұндай инновациялық мәдениеттің енгізілуі университет өмірінің, корпоративті мәдениеттің, сонымен қатар институционалды тұлғаның, имидждің және іскерлік беделдің символдық жағы болып табылады.

Кәсіпкерлік университеттің дамуы ең алдымен университетті басқарудың инновациялық технологияларын енгізумен, бизнес-процестерді оңтайландырумен, білім беру бағдарламаларын іске асырудың нысандары мен технологияларын әртараптандырумен, икемді баға стратегиясын ұстанумен, маркетинг құралдарын енгізумен, оның ішінде түлектердің кәсіби іске асырылуын бақылаумен байланысты болады.

Инновациялық-кәсіпкерлік университет тек бизнес және басқа да әлеуметтік-экономикалық салалардағы зерттеулер мен зерттеулерді ғана емес, сонымен қатар ірі корпорациялар мен үкіметтен университеттерге ірі қаржы инвестицияларын тартатын, университеттің жеке кәсіпкерлік қызметінен пайда табатын типтегі жоғары оқу орны болып табылады.

Университетке қатысты «Корпоративті мәдениет» термині басқа ұйымдарға қарағанда бүкіл қоғамның рухани және материалдық өміріне қатысты мәселелерді қамтиды. Бұл мінез-құлық кодексінде және бекітілген білім беру стандарттарында бекітілген моральдық нормалар мен құндылықтардан көрінеді, оқытушыларға, студенттерге, университет басшыларына құндылық-семантикалық бағыттарды, сенімдер жиынтығын және тұрақты нәтижелер беру құралы ретінде қолданылады [2].

Университеттің корпоративті мәдениетті дәріптеушілер профессорлық-оқытушылар құрамы, студенттер, әкімшілік қызметкерлер және қызмет көрсету секторы болып табылады.

Теориялық тұрғыда корпоративті мәдениеттің түрлері жоғары оқу орындарының басқару стиліне қарай жіктеледі. Қазақстандық жоғары оқу орындарында қандай корпоративтік мәдениет түрлері кездесетінін біз анықтадық.

Университеттің корпоративті мәдениетін егжей-тегжейлі зерттеу үшін 1-кестеде корпоративті мәдениеттердің жіктемесіне жүгіну қажет.

Кесте 1 – Университеттегі корпоративті мәдениеттің түрлері

Түрлері	Сипатамасы	Жоғары оқу орны
Жанұялық мәдениет	Мәдениет – бұл ұжымның басты құндылығы болатын ұйымға тән қасиет. Оқытушылар университетке адал қызмет етеді. Кадрлар айналымының төмендігі. Жобалардың барлық түрлерін жүзеге асыру үшін жұмыс топтары құрылады. Жұмыстың жаңа тиімді тәсілдерін үнемі іздестіреді. Оқытушылар мен студенттер арасында диалог құрылған	Алматы технологиялық университеті, Алматы экономика және статистика академиясы (арнайы кәсіби бағыттағы университеттер: технология, экономика)
Адхократтық мәдениет	Мәдениет шығармашылық пен инновацияға бағытталған. Индивидуализм, шығармашылық, өзіндік, стандартты емес әдіс бағаланады. Бұл болашаққа бағытталған ең икемді, тез дамыған және ашық мәдениет. Көбіне мұндай университеттер түрлі эксперименттер алаңына айналады. Ғылымды дамыту, қоғаммен байланыс және үнемі тәжірибемен алмасу басымдық болып табылады	«Туран» университеті, Халықаралық бизнес университеті, Алматы Менеджмент Университеті, Назарбаев Университеті (заманауи университеттер)
Бюрократтық мәдениет	Мәдениеттегі ең бастысы – ережелер мен нұсқаулар. Оқыту сапасын бағалау формалды болып табылады. Әдетте тұтынушылардан (студенттерден) кері байланыс жоқ немесе ресми емес. Бұл мәдениет қызметкерлерді ішкі қолдауға және барлық процестердің реттелуіне және тұтынушыларға (студенттерге) емес, оқытушылардың барлық ережелері мен ішкі жайлылығына бағдарланған	Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті (ұлттық және мемлекеттік университеттер)
Ескертпе – [3] дереккөз негізінде автормен әзірленген.		

1-кестеге сүйене отырып, Қазақстандағы жеке университеттер университеттің инновациялық-кәсіпкерлік типке ауысуы жағдайында корпоративті мәдениетті қалыптастыратынын атап өтуге болады. Корпоративті мәдениеттің әр түрі университеттің рухын қалыптастыратын, білім беру сапасына жетудің өзіндік арнайы құралдарын ерекше атап көрсетеді. Егер ЖОО басшысы ұйымдастырушылық мәдениеттің бәсекелік артықшылығы және жетістіктің негізгі факторы етіп көрсетуге тырысса, онда оған келесі ақпарат қажет: оның мекемесіндегі корпоративті мәдениеттің сипаты қандай және ол талаптарға қаншалықты сәйкес келеді.

Университеттің ұйымдастырушылық мәдениеті – бұл барлық қатысушылар (әкімшілік, оқытушылар құрамы, қызметкерлер мен студенттер) корпоративті мәдениетті қалыптастыруға өз үлестерін қосатын қауымдастық. Сонымен қатар, қоғамның сыртқы мәдениеті университеттің корпоративтік мәдениетін қалыптастыруға әсер етеді.

Біз 1-суретте көрсетілген университеттің корпоративті мәдениетінің келесі элементтерін бөліп көрсетеміз.



Сурет 1 – Университеттің корпоративті мәдениетінің элементтері

Ескертпе – Автормен құрастырылған.

1-суретті сипаттасақ, ғимараттың сәулеті, аудиторияның жағдайы, сынып бөлмелері, б.т. университеттің материалдық-техникалық базасы, аудиторияны жабдықтау корпоративтік мәдениеттің негізгі элементі болып табылады.

Екінші маңызды элемент – университет ішіндегі қарым-қатынас мәдениеті, қызметкерлер, оқытушылар, студенттер және әкімшілік арасындағы байланыс жүйесі. Университет үшін әсіресе қызметкер мен оқытушы құрамының, қызметкер мен студенттердің, профессорлық-оқытушылар құрамы мен студенттердің арасындағы жоғары мәдениетті қарым-қатынасы маңызды. Университеттегі студенттердің мінез-құлқын бақылау қажет. Қызметкерлерге (әдіскерлер, күзетшілер, оқытушылар, техникалық персоналдар, зертханашылар, мамандар) «Корпоративті мәдениет» тақырыбында тренинг өткізу керек.

Корпоративті мәдениеттің үшінші элементі – оқытушылар мен қызметкерлердің сыртқы келбеті. Оқытушыларға келесідей талаптар қойылатыны барлығына белгілі: классикалық киім стилі, кеңсе ұзындығы, стандартты шаштар, шашты бояудың табиғи реңктері, күндізгі макияж.

Сыртқы немесе үрдіске қатысушылардың құндылықтық қатынастарында жасырын болған кез-келген элементтер университеттің корпоративті мәдениетінің тиімділігін арттыруы немесе төмендетуі мүмкін.

Инновациялық-кәсіпкерлік типтегі университеттің тиімді корпоративті мәдениетін қалыптастыру үшін 2-суретте (б. 287) келтірілген келесі кеңестерді кеңінен қолдануға болады.

1-суретке сүйене отырып, инновациялық-кәсіпкерлік типтегі университеттің корпоративті мәдениетін қалыптастыру үшін келесі ұсыныстарды негіздеуге болады.

1. Университеттің барлық қызметкерлері, оқытушылары, студенттері үшін «Корпоративті мәдениет және этика» тақырыбында семинарлар мен тренингтер ұйымдастыру және өткізу. Бұл тренингтердің негізгі мақсаты – қызметкерлерге, оқытушыларға, студенттерге университеттің корпоративті мәдениетінің мәні, маңызын түсіндіру және жеткізу.



Сурет 2 – Инновациялық-кәсіпкерлік типтегі университеттің корпоративті мәдениетін қалыптастыру бойынша ұсыныстар

Ескертпе – Автормен құрастырылған.

2. Келесі құжаттарды әзірлеу: корпоративті мәдениет туралы ережелер, іскерлік этика кодексі, студенттік кодекс. Университетте мәдениетке, қызметкерлердің сыртқы келбетіне және тәртіп ережелеріне қойылатын талаптарды қамтитын кодекс.

3. Персоналды басқару бойынша жұмыс істейтін бөлім құру. Бөлім құжаттар (ережелер, кодтар) әзірлейді, ішкі аудитор мен жұмыс тобының жұмысын үйлестіреді, семинарлар, мастер-класстар мен тренингтерді ұйымдастырады және өткізеді.

Ішкі аудиторды тағайындау. Ішкі аудитор мониторинг жүргізеді, бақылайды, үйлестіреді, сәйкессіздіктерді анықтайды және процедураларды профессор-оқытушылар құрамының, студенттердің ережелеріне және кодексіне сәйкестендіреді. Корпоративтік мәдениетті қалыптастыруда қызметкерлердің, оқытушылардың, студенттердің, магистранттардың жұмыс тобын құру. Жұмыс тобы ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізеді (сауалнаманы құрастыру, сауалнама жүргізу және бөлімге зерттеу нәтижелерін ұсыну) [3].

4. Университеттің инновациялық-кәсіпкерлік қызмет бөлімін ұйымдастыру. Бөлімнің функциялары: инновация және кәсіпкерлік саласындағы серіктестерді, демеушілерді іздеу; меморандум, келісімдер, бизнес, инвестициялық және инновациялық жобаларды бірлесіп әзірлеу және жүзеге асыру туралы кәсіпкерлермен келісімшарт жасасу; нақты іс жағдайларын шешуге келісімшарт жасасу. Келісімшартта тапсырыс беруші – компания, орындаушы – университет, яғни, компания келісімшарт негізінде өзінің кәсіпкерлік іс-әрекетін университетке ұсынады.

ПОҚ, қызметкерлердің белсенділігінің өсуі бағытында университеттің корпоративтік мәдениетін қалыптастыру бізге университеттің стратегиялық мақсаттары мен жоғары білім мен қоғамдастықтағы инновациялық даму тенденцияларының сәйкес келуін қамтамасыз етеді.

Тұтастай алғанда, корпоративті мәдениет қызметкерлердің шығармашылық белсенділігін арттырады, басқару тиімділігін арттыруға, интеграциялық үрдісті тездетуге және университетте инновациялық жобаларды іске асыратын тиімді топтарды құруға байланысты үрдістерді және басқа ұйымдық өзгерістерді жақсарту жөніндегі ұсыныстардың өсуін ынталандырады. Университеттің инновациялық корпоративті мәдениетінің тасымалдаушылары болып менеджерлерге, оқытушыларға, қызметкерлерге, студенттерге, магистранттарға, докторанттарға корпоративті мәдениеттің элементтерін «тарататын» жұмыс істейтін бөлімдер болып табылады.

Инновациялық-кәсіпкерлік типтегі университеттің заманауи корпоративті мәдениеті инновацияларға, еңбек әлеуетін арттыруға, университеттің зияткерлік меншігін қалыптастыруға, сол арқылы бірегей ғылыми, инновациялық әзірлемелердің, технологиялардың, жобалардың болуына байланысты оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталатын болады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Макелов Д.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности компании. – М.: Издательство «Ленанд», 2016. – 249 с.
- 2 Шиляпина С.М., Федорова К.В. Развитие корпоративной культуры организаци // Вестник Новгородского государственного университета. – 2017. – № 7. – С. 61–67.
- 3 Загорулина В.Т. Корпоративная культура университета: проблемы взаимодействия субъектов образовательного процесса – студентов и преподавателей // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 4. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19736> (дата обращения: 30.09.2019).

Аннотация

В статье рассмотрены формирование корпоративной культуры, инновационная и предпринимательская деятельность вузов Казахстана. Авторами отмечены актуальность и важность формирования корпоративной культуры – ценностей и убеждений, созвучных миссии и стратегии развития вуза инновационно-предпринимательского типа, а также определены типы, носители и элементы корпоративной культуры вуза. Проведен анализ состояния корпоративной культуры вуза в условиях трансформации в инновационно-предпринимательский университет. Предложены элементы корпоративной культуры применительно к университету инновационно-предпринимательского типа и выработке рекомендаций корпоративной культуры в вузе инновационно-предпринимательского типа, которые объясняют основные характеристики вуза, формируя при этом его целостный образ, необходимый для точной оценки в ситуации принятия управленческого решения. Разработаны рекомендации по формированию корпоративной культуры вуза инновационно-предпринимательского типа. Авторы считают, что эффективная корпоративная культура вуза положительно влияет на конкурентоспособность университета инновационно-предпринимательского типа, что проявляется в формировании положительной репутации и привлекательного имиджа университета и его выпускников среди деловых партнеров, общественности. Формирование корпоративной культуры вуза в направлении роста инновационной восприимчивости и активности преподавателей, сотрудников позволяет обеспечить соответствие и сбалансированность стратегических задач университета и тенденций инновационного развития в высшем образовании и сообществе. Корпоративная культура способствует повышению творческой активности сотрудников, стимулируя рост предложений по совершенствованию процессов и других организационных изменений, связанных с повышением эффективности и результативности управления.

Ключевые слова: корпоративная культура, университет, имидж, преподаватели, студенты, инновации, предпринимательство, конкурентоспособность университета.

Abstract

The article considers the formation of corporate culture, innovative and entrepreneurial activities of universities in Kazakhstan. The authors noted the relevance and importance of creating a corporate culture - values and beliefs that are consonant with the mission and development strategy of an innovative and entrepreneurial type of university, as well as identified types, media and elements of a university's corporate culture. The analysis of the corporate culture of the university in the conditions of transformation into an innovative and entrepreneurial university is carried out. Elements of corporate culture are proposed in relation to an innovation-entrepreneurial type university and the development of corporate culture recommendations at an innovation-entrepreneurial type university that explain the main characteristics of the university, while forming its holistic image, which is necessary for an accurate assessment in the situation of making a managerial decision. Recommendations on the formation of the corporate culture of a university of innovative and entrepreneurial type have been developed. The authors believe that an effective corporate culture of a university has a positive effect on the competitiveness of an innovative and entrepreneurial university, which is manifested in the formation of a positive reputation and attractive image of the university and its graduates among business partners and the public. The formation of the corporate culture of the university in the direction of the growth of innovative susceptibility and activity of teachers and employees allows us to ensure the correspondence and balance of the strategic objectives of the university and the trends of innovative development in higher education and the community. Corporate culture helps to increase the creative activity of employees, stimulating the growth of proposals to improve processes and other organizational changes related to improving management efficiency and efficiency.

Key words: corporate culture, university, image, teachers, students, innovations, entrepreneurship, university competitiveness.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ

Научный журнал «Вестник университета «Туран» – «Тұран» университетінің хабаршысы» включен в Перечень научных изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации основных результатов научной деятельности, отрасль «Экономика»

(приказ Комитета по контролю в сфере образования и науки МОН РК № 894 от 30.05.2013 г. «О внесении дополнений в приказ № 1082 от 10 июля 2012 г. «Об утверждении Перечня научных изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации основных результатов научной деятельности»)

Научный журнал «Вестник университета «Туран» – «Тұран» университетінің хабаршысы» размещен в Научной электронной библиотеке (г. Москва, Российская Федерация) в открытом доступе для читателей и включен в аналитическую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) с целью предоставления возможности поиска, просмотра и использования материалов научного журнала в информационных, научных и учебных целях (договор № 361-06/2016 от 16.06.2016 г.)

Регистрация пользователя в Научной электронной библиотеке является необходимым условием для получения доступа к полным текстам публикаций, размещенных на платформе eLIBRARY.RU

**Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:
<http://elibrary.ru>**

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ, ПУБЛИКУЕМЫХ В ЖУРНАЛЕ «ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН»

Материалы должны быть представлены в электронном варианте с приложением одного экземпляра отпечатанного текста. Текст должен быть набран в WINWORD XP или *. RTF (Reach text format). Зарубежные авторы могут прислать материалы по электронной почте.

Для материалов на русском языке – шрифт **Times New Roman**, кегль **14**; на казахском языке – шрифт **Times New Roman**, кегль **14**; на английском языке – **Times New Roman**, кегль **14**. Текст рукописи должен быть набран через один интервал и не превышать **8 страниц**.

В левой верхней части листа печатается **МРНТИ** и **УДК**.

Далее в правой верхней части листа печатаются **на трех языках (казахском, русском и английском)** фамилия и инициалы автора, место работы, ученая степень и звание. В середине листа прописными буквами печатаются **название** материала, далее – **ключевые слова на трех языках (казахском, русском и английском)**. Затем идет текст, который следует печатать **без переносов**, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм. Абзацный отступ начинается с третьего знака. Формулы набирать только в приложении – **редактор формул (Microsoft Equation)**. **Таблицы, рисунки и схемы** печатаются без заливок.

В тексте в **квадратных скобках** печатаются ссылки на использованную литературу, **список литературы** печатается в конце статьи.

После списка литературы должно быть **краткое резюме** (200–250 слов – примерно 30 строк, 14 кегль), которое печатается **на казахском, русском и английском языках**. Далее печатается **название статьи** также **на трех языках (казахском, русском и английском)**.

Текст доклада должен быть оригинальным, ранее нигде не опубликованным.

На каждую статью должны быть представлены **рецензии (внешняя и внутренняя)**.

В конце статьи просим указать Ф.И.О. полностью, обратный адрес, телефоны (служебный и/или домашний), факс, номер электронной почты (e-mail).

Ответственность за содержание статьи несет автор (авторы). Мнение Научно-редакционного совета не всегда совпадает с мнением автора (авторов). Редакционный совет оставляет за собой право публикации или отклонения рукописи. Рукописи не возвращаются и не рецензируются.

Всем авторам статей, представленных для публикации в журнале, необходимо проходить проверку в целях выявления и предотвращения научного плагиата в соответствии с «Положением об организации деятельности по выявлению и предотвращению научного плагиата в университете «Туран».

Материалы присылайте по e-mail: maya60@list.ru; m.zhuikova@turan-edu.kz; vestnik@turan-edu.kz или приносите в редакционно-издательский отдел университета «Туран» (каб. 209).

Оплата за публикацию принимается наличными или отправляется почтовым переводом на имя **Жуйковой М.А.** по адресу: **050013, г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А, университет «Туран».**

Ссылка при перепечатке на наше издание обязательна.

Телефон для справок: **8(727) 260-40-18, 260-70-00.**

Редакционная коллегия

УВАЖАЕМЫЕ ПОДПИСЧИКИ!

Наш индекс: **75665**

Стоимость подписки на 3 месяца – **460 тенге**

Учредитель: университет «Туран»

г. Алматы, ул. Сагпаева, 16А.

Тел.: 260-40-18, 260-70-00

E-mail: maya60@list.ru;

m.zhuikova@turan-edu.kz;

vestnik@turan-edu.kz

«ТҰРАН» УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ
Ғылыми журнал
№ 4 (84) 2019 ж.

ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН»
Научный журнал
№ 4 (84) 2019 г.

Компьютерная верстка: Жуйкова М.А.

Подписано в печать 18.12.2019 г.
Бумага офсетная № 1,62 x 84/16. Плотность 80 г/м².
Усл.печ.л. 36,5. Уч.изд.л. 38,0. Тираж 500 экз.
Заказ № 1525

Адрес редакции:
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А, университет «Туран».
Оригинал-макет подготовлен редакционно-издательским
отделом университета «Туран».
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А.
Тел.: 260-40-18, 260-70-00.

Отпечатано в издательстве «Эверо».
г. Алматы, ул. Толе би, 292. Тел.: 364-84-03, 364-84-06.