



ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ БИЗНЕС ЖОҒАРЫ МЕКТЕБІ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА
HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS

«Менеджмент» кафедрасы
Кафедра «Менеджмент»

Студенттер мен жас ғалымдардың
«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»
атты халықаралық ғылыми конференциясы



Международная конференция студентов и молодых ученых

«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»



International Scientific Conference of Students and Young Scientists

«FARABI ALEMI»

06-08.04.2023

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY

ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ БИЗНЕС ЖОҒАРЫ МЕКТЕБІ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА
HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS

«Менеджмент» кафедрасы
Кафедра «Менеджмент»

«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»
атты студенттер мен жас ғалымдардың
халықаралық ғылыми конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ
Алматы, Қазақстан, 6-7 сәуір 2023 жыл

МАТЕРИАЛЫ
международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»
Алматы, Казахстан, 6-7 апреля 2023 года

MATERIALS
International Scientific Conference
of Students and Young Scientists
«FARABI ALEMI»
Almaty, Kazakhstan, April 6-7, 2023

Алматы
"Қазақ университеті"
2023

УДК 005
ББК 65.290-2
Ф23

Жауапты редакторлар:

Бимендиева Л.А.
Жидебекқызы А.
Аметова Ж.А.
Нурмагамбетова А.З.
Ахметова З.Б.
Тургинбаева А.Н.
Даулиева Г.Р.
Сырлыбаева Н.Ш.
Кондыбаева С.К.
Сугирова Г.С.
Товма Н.А.
Бейсенова М.У.
Кантарбаева А.К.
Керімбек Ғ.Е.
Бейсенбаев Ж.Т.
Чемирбаева М.Б.
Тасжарганов С.И.
Турмаханбетова А.А.
Мурабилдаева Р.А.

«**Фараби әлемі**» атты студенттер мен жас ғалымдардың халықаралық ғылыми конференциясының материалдары. Алматы, Қазақстан, 6-7 сәуір 2023 ж. – Алматы: Қазақ университеті, 2023. - 434 б.

ISBN 978-601-04-6254-0

ОСОБЕННОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ В РАЗВИТИИ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ

Айдарбеков Г.А.

КазНУ имени аль-Фараби, ВШЭиБ

ЕМВА Деловое администрирование, магистрант 2 курса

Научный руководитель: Тургинбаева А. Н.

д.э.н., доцент

Введение

Статья посвящена рассмотрению развития современных тенденций менеджмента организации. В контексте исследования уделяется внимание актуальным вопросам и значимой проблематике современного менеджмента, особенностям управления в инновационных условиях развития, выделены основные барьеры на пути эффективного управления предприятия, и предложен механизм устойчивого его развития. Рассмотрены теоретические и практические аспекты современных тенденций менеджмента организации. Теоретический анализ темы включает рассмотрение менеджмента как организация деятельности предприятия, изучение проблемных аспектов современного менеджмента, а также дана характеристика эффективности менеджмента компании. Практическое рассмотрение темы посвящено совершенствованию системы управления на примере компании АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева».

Литературный обзор

Мир менеджмента (управления) на современном этапе характеризуется разнообразием стоящих перед ним задач и факторов. От менеджеров (управленцев) требуется ряд определенных умений и навыков, потому что в условиях перенаправления экономики Республики Казахстан на реальное производство (особенно в рамках послекризисного развития), рационализации эксплуатации уже имеющихся ресурсов и активного участия в институционализации рыночных отношений в менеджменте необходимо внедрять инновационные методы управления.

Раскроем теоретические основы рассматриваемой темы (таблица 1).

Таблица 1

Определение понятия «Менеджмент»

Автор	Определение менеджмента
Сулейменова Г.	совокупность современных технологий, принципов, методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы различных предприятий.
Мишулина О.В.	разработка и создание, максимально эффективное использование и контроль социально-экономических систем
Осташков А.В.	работа по управлению бизнесом, процессом или проектом и контроль такой деятельности. С точки зрения науки менеджмент — это дисциплина, которая изучает принципы и признаки эффективного управления и исследует, как определенное руководство процессами приводит организацию к успеху.
Бандурин А.В.	представляет собой совокупность следующих факторов: планирование; постановка целей; организация бизнес-процессов; координация; мотивация; контроль.
Гапоненко А.Л.	одно из направлений современной экономической науки, направленное на создание, планирование и реализацию плана развития предприятия, организации, фирмы с целью максимизации потенциальной профита компании,
Примечание – составлено автором на основе литературы [1], [2], [3], [4], [5]	

Менеджмент – это разработка и создание, а также максимально эффективное

использование и контроль за социально-экономическими системами. Бесспорно, менеджмент есть координатор функционирования организации, основополагающий механизм эффективности и результативности деятельности. В условиях инновационного развития общества и экономики в менеджменте (управлении) существует ряд проблем, с которыми сталкиваются менеджеры(управленцы) в рамках реализации своей профессиональной деятельности [1].

Среди главных задач эффективного менеджмента считается формирование и развитие на каждом предприятии:

- нового типа культуры, который основан на формировании и применении на практике способов интеллектуального целевого руководства, и социальной ответственности менеджеров;

- обстоятельств и стимулов для результативного формирования и применения человеческого капитала компании; ред

- стабильное формирование инновационных, интеллектуальных стратегий развития, нацеленных на результат и на достижение максимальных конкурентных преимуществ.

На основе литературного обзора (таблицы 1) можно констатировать, что одним из главных признаков эффективности менеджмента считается степень достижения целей всей деятельности компании.

Методология исследования

В данном исследовании использовались следующие методы:

- теоретические: анализ литературы, обобщение;

- практические: наблюдение, сбор информации, анкетирование, сравнительный анализ, статистический анализ, графический метод.

Результаты и дискуссия

Самыми важными проблемами современного менеджмента, как принято считать, в нашей стране являются: проблема качества управленческих кадров, повышение требований к профессиональному уровню менеджеров, повышение уровня их компетенций, которые направлены на возможность приносить хозяйствующему субъекту экономическую выгоду.

Будущие управленцы (менеджеры) хотят и стремятся получить образование в престижных бизнес-школах, имеющих высокий уровень репутации, где они могут научиться формировать управленческое искусство, посещать управленческие поединки, приглашать в особо сложных ситуациях профессионалов - консультантов по управлению (менеджменту). Но все же, многие руководители попросту не уделяют своему профессионализму и его росту достаточно внимания и времени, считая, что главное – это обладать властью.

Также не менее актуальной проблемой, с которой сталкивается современный менеджмент (управление), является коррумпированность казахстанской экономики на всех уровнях. К сожалению, на современном этапе коррупция присутствует практически во всех сферах, также включая и государственные. Наличие ее признаков является негативным фактором не только для общества в целом, но и для страны в отдельности. Коррупция усугубляет социальное неравенство, тормозит развитие бизнеса и способствует политической нестабильности государства.

Считаем целесообразным определить понятие эффективности менеджмента. Эффективность менеджмента также выступает в качестве своего рода символа это символа, результата функционирования системы менеджмента, к которой нужно стремиться.

Эффективность менеджмента - это категория теории управления, которая связана со всеми другими категориями. Исходя из этой взаимосвязи эффективности, все аспекты управления в менеджменте взаимосвязаны.

Идея эффективности менеджмента была выдвинута А. Смитом, тем не менее, правильные определения понятия эффективности менеджмента принадлежат школе научного управления и ее современных моделей как - «получать большее взамен на меньшее или, по крайней мере, столько же», или - эффективность означает низкие издержки и высокие прибыли. Авторы школы человеческих отношений (Г. Мюнстерберг, М. Фоллет,

Р.Лайкерт, А. Маслоу, считали основным элементом эффективности менеджмента человеческий фактор и разрабатывали различные теории, связанные с повышением эффективности использования человеческих ресурсов [2].

А. В. Осташков в своей работе указывает, что «эффективность менеджмента проявляется через эффективность (результативность) основной деятельности организации, причем понятие слова «основная деятельность» не было определено в данном контексте» [3].

А.В. Бандурин выделил, что средством практического совместного, совокупного использования закономерностей менеджмента считаются его принципы [4].

Принципы эффективного менеджмента как практическое использование его закономерностей - это главные правила, которым должны следовать эффективные менеджеры в процессе своей деятельности. Следовательно, авторы получают вероятность построения системы показателей оценки менеджмента, с учетом специфики организации как объекта управления.

Рассмотрим подходы к определению эффективности и менеджмента представленные в таблице 2.

Таблица 2

Характеристика эффективности менеджмента компании [5]

Параметры	Эффективность менеджмента
Сущность	Соизмерение результатов и затрат
Концепция	Использование ресурсов, фактор времени, достижение цели
Широта измерений	Все области управления с позиций соотношения результатов и затрат
Диагностика	Анализ частных и интегральных показателей, анализ комплексных направлений эффективности

Таблица показывает, что эффективность менеджмента компании довольно трудный акт балансирования разнообразных уровней и интересов для общего блага всей компании. Вследствие это управление, должно быть нацелено на успех в сложный период, что требует особого подхода [6].

Основной вид деятельности которой – производство и передача электрической энергии, снабжение электрической энергией, потребление электрической энергии, иная деятельность в сфере электроэнергетики.

На основании проведенного нами анализа деятельности АО «Мойнакская ГЭС им. У.Д.Кантаева», а также особенностей его функционирования и особенностей системы управления на предприятии можно выделить основные причины, с которыми сталкивается анализируемое предприятие в процессе своей деятельности.

На основании описанных проблем (таблица 3) предложим направления по их решению и повышению эффективности деятельности предприятия.

Таблица 3

Систематизация проблем, выявленных при анализе системы управления в организации АО «Мойнакская ГЭС им. У.Д.Кантаева»

Выявленные проблемы	Причины возникших проблем
Недостаточная эффективность системы управления процессами организации	-неэффективность системы управления процессами организации; -неэффективность модели реформирования системы управления процессами организации; -отсутствие стратегического центра управления организацией.

Недостаточная эффективность методов и инструментов управления предприятием	-неэффективность системы принятия управленческих решений; -неэффективность процесса контроля управленческих решений; -неэффективность процесса аттестации на предприятии.
Недостаточная эффективность системы управления персоналом	-неэффективность проведения организационно-кадрового аудита; -неэффективность кадрового планирования; -недостаточная эффективность организации процесса аттестации и оценки персонала.
Недостаточная эффективность системы отбора и подбора персонала и последующей адаптации	-недостаточная эффективность основных источников привлечения кадров; -недостаточная эффективность процедуры адаптации кандидата; -недостаточная эффективность системы мотивации персонала.

Также был проведен опрос среди руководителей АО «Мойнакская ГЭС им. У.Д.Кантаева». Результаты опроса представлены на рисунке 1.

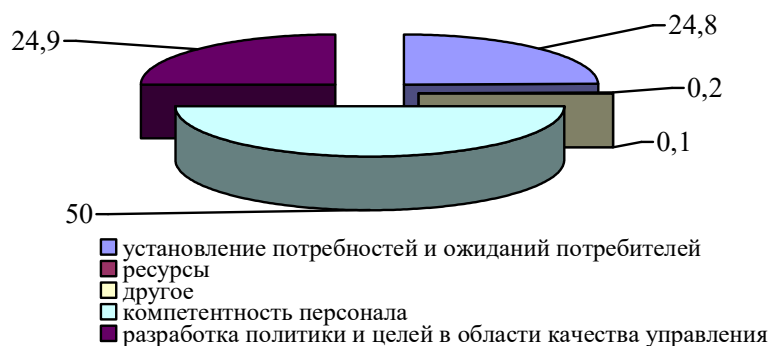


Рисунок 1 - Результаты опроса руководителей АО. (Позиционирование респондентов при ответе на вопрос «Что в первую очередь требуется для результативного функционирования и совершенствования системы менеджмента и управления?»)

Основными недостатками, выявленными при анализе особенностей системы управления на предприятии, являются – недостаточная эффективность системы управления процессами организации; недостаточная эффективность методов и инструментов управления предприятием; недостаточная эффективность системы управления персоналом; недостаточная эффективность системы отбора и подбора персонала и последующей адаптации.

По данным проведенного опроса, было подтверждено, что необходимым условием эффективного функционирования и совершенствования системы менеджмента выступает компетентность персонала. Так, на поставленный вопрос: «Что в первую очередь требуется для результативного функционирования и совершенствования системы менеджмента?» самым распространенным ответом стал – «Компетентность персонала в АО «Мойнакская ГЭС им. У.Д.Кантаева», в соответствии с рисунком 1.

Следовательно, повышение эффективности управления является главным условием улучшения конечных результатов компании. Обеспечение высокой эффективности системы управления во многом зависит от объективности и достоверности ее оценки. Обоснованная оценка вносит определенность, выявляет реальные тенденции, позволяет выявить, измерить и оценить главные факторы, влияющие на эффективность управления, а через него - на результаты деятельности предприятия.

На основании этого были разработаны основные направления по совершенствованию системы управления в организации АО «Мойнакская ГЭС им. У.Д. Кантаева»: основными мероприятиями, направленными на совершенствование системы управления в организации АО «Мойнакская ГЭС им. У.Д.Кантаева» должны стать: совершенствование системы менеджмента и управления процессами организации; повышение эффективности методов и инструментов управления предприятием; совершенствование системы управления персоналом; совершенствование системы отбора и подбора персонала и последующей

адаптации.

Выводы

Таким образом, подытоживая все вышесказанное, можно заключить, что оценка повышения эффективности менеджмента должна быть распределенной и при этом учитывать все уровни применения ресурсов и возможностей дальнейшего развития компании, достижения всех производственных, экономических и социальных целей.

По практическому исследованию можно заключить, что разработанные рекомендации для АО «Мойнакская ГЭС им. У.Д.Кантаева» по применению механизмов и средств обеспечения системы управления на предприятии, направлены на:

-повышение эффективности подпроцессов управления и системы обеспечения, развитие потенциала деятельности предприятия;

-определение таких сфер деятельности предприятия, которые непосредственно и существенно влияют на достижение его стратегических целей; переход от традиционного оперативно-тактического, к преимущественно стратегическому управлению предприятием;

-обеспечение высокой гибкости системы управления, способной отслеживать быстрые изменения внешней среды и создание стратегического центра, а также формирование гибкой системы распределения полномочий; обеспечение эффективного функционирования финансового менеджмента, который должен стать ключевым для стабилизации состояния предприятия, поскольку без рационально организованных финансовых потоков невозможно обеспечить нормальную деятельность экономической и производственной структуры предприятия; коренное улучшение сферы работы с персоналом.

Подводя итог вышесказанному необходимо отметить что, эффективность менеджмента - это результативность управленческой деятельности, что было доказано практической частью данного исследования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сулейменова Г. Стратегический менеджмент: актуальные проблемы и новые направления // Проблемы теории и практики управления. – 2021. - № 1. – С. 15-22.
2. Менеджмент: учебное пособие (Часть I) / О.В. Мишулина. – Костанай: КГУ имени А. Байтурсынова, 2016.– 128 с.
3. Осташков А.В. Менеджмент: учебное пособие для вузов / А. В. Осташков. - Пенза: Пенз. гос. университет, 2019. - 294 с.
4. Бандурин А.В. Стратегический менеджмент организации / А.В. Бандурин, Б.А. Чуб. - М: ИНФРА 2019. - 272 с.
5. Гапоненко, А.Л.Общий и специальный менеджмент: учеб. пособие для вузов / общ. ред. А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: Изд-во РАГС, 2019. – 568 с.
6. Пономарева, И. Проблемы современных менеджеров / И. Пономарева // Личные продажи. – 2016. – №1. – С.5-12

БУДУЩАЯ РОЛЬ ПОКОЛЕНИЯ ЗУМЕРОВ В ФОРМИРОВАНИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Жадигерова О.Ж.

к.э.н., старший преподаватель

Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби

ВШЭиБ

В данной научной статье рассмотрена тема которая немаловажна для развития цифровой экономики Казахстана. В ней речь идет о поколении молодых людей, которое будет играть жизненно важную роль в развитии новой экономики и цифрового будущего страны.

Совершенно очевидно, что пандемия усугубила многие проблемы, с которыми сталкивается это поколение. Их образование было прервано, университетские курсы были

отложены, и им пришлось бороться с разрозненным дистанционным обучением. Сокращается количество вакансий начального уровня и неуверенность в том, как будет выглядеть работа в будущем. Они месяцами пропускают общение с другими молодыми людьми, и есть опасения, что это повлияет на их психическое здоровье и благополучие.

Все это привело к распространенному мнению, что будущее «поколения COVID», вероятно, будет гораздо более сложным, чем для предыдущих поколений. Хотя, на данный момент пандемия, возможно, разрушила эту группу больше, чем любую другую. Однако, мы видим изобретательность и огромный потенциал поколения Z, их подход к вызовам и решению проблем, их креативность, адаптивность и стремление использовать технологии во благо, является вдохновением. Мы видим поколение активной молодежи, которым глубоко небезразличен мир, где они живут, и важно влияние их действий на других. Поколение, преуспевающее в разрушении устаревших стереотипов, принимающее изменения и быстрый темп жизни; не верящее в универсальные подходы ко всему, от гендерной идентичности до обучения и карьеры. И, как мы видим, по всему миру, в основной массе они также становятся все более позитивной силой в наших демократических системах.

Возникла новая картина, которая ясно показывает, как уникальные качества, которыми обладает поколение Z, помогут им хорошо подготовиться к радикальным изменениям, которые сегодня происходят.

Важно повысить осведомленность во всей технологической отрасли об уникальных возможностях поколения Z и о том, как человечество может извлечь выгоду из творчества, энергии и адаптивности молодых людей, в частности, для стимулирования и прогресса цифровой экономики Казахстана в будущем.

Исследование показывает, что для достижения этой цели директивные органы в краткосрочной перспективе должны уделить первоочередное внимание устранению разрыва в уровне информационно-технического инженерного образования по регионам страны либо посредством обучения в малых группах, либо посредством программ, специально предназначенных для детей из многодетных и социально слабо защищенных семей.

Важно отметить, что это далеко не поколение, потерянное из-за COVID-19, сама природа изменений, вызванных пандемией, точно соответствует существующим способностям поколения Z.

Рынок труда развивается в сторону профессий, требующих больше цифровых навыков, а не меньше. Тем временем развивающиеся технологии, такие как дополненная реальность, пользующиеся большим спросом, чем когда-либо из-за социальных ограничений, должны закрепиться в нашей повседневной жизни. Это тренды, к которым готово поколение Z вести дальше. И, в сочетании с их уникальными характеристиками, цифровым ускорением, вызванным пандемией, мы можем просто увидеть, как они возьмут на себя инициативу раньше, чем кто-либо из нас мог подумать.

Так кто же они, кто такие ПОКОЛЕНИЕ Z?

Поколение Z обычно описывается как рожденное в период с середины 1990-х по 2010 год. По последним оценкам, поколение Z в настоящее время является крупнейшей когортой в мире, на которую приходится примерно треть населения нашей планеты [3].

Поколение Z - это первое полностью цифровое поколение - те, кто воспитывался с рождения использовал цифровые технологии и социальные платформы в качестве основных средств общения, развлечения и потребления.

1. Поколение Z - Двигатель Роста.

В этом разделе рассматривается, как эта когорта должна стать движущей силой экономики, описываются отношения и характеристики, которые отличают их от предыдущих поколений.

Представители поколения Z в настоящее время находятся на периферии рынка труда, особенно в странах с более развитой экономикой, в том числе и Казахстана. В течении следующих 10 лет они станут двигателем экономического роста. Наше моделирование прогнозирует, что к 2030 году число работающих на охваченных рынках возрастет примерно

вдвое [3]. Эта динамика приведет к тому, что поколение Z станет значительно более важным независимым источником потребительских расходов. Многое было сделано из того факта, что поколение Z станет первым поколением, полностью использующим цифровые технологии.

Разработаны показатели индекса цифровой компетентности; по результатам проведенного нами опроса средний балл компетентности поколения Z был на 2,5% выше, чем у миллениалов, и более чем на 8% выше, чем у поколения X.

Помимо способностей к цифровым технологиям, исследования выявили три качества поколения Z, которые могут хорошо пригодиться им на рабочем месте в будущем:

- Гибкость: работники поколения Z, как правило, умеют усваивать информацию и реагировать на новые вызовы по мере их возникновения.

- Креативность: представители поколения Z значительно более склонны называть себя творческими и заниматься творческой деятельностью по сравнению с более старшими поколениями. Представители поколения Z значительно чаще знают как создавать и проектировать различные типы цифрового контента.

- Любопытство: будь то продукт их молодости или настоящий когортный эффект, представители поколения Z значительно чаще сообщали, что они участвуют в различных формах неформального обучения.

В этой статье внимание уделено такой характеристике поколения Z, как Креативность, — ключевой фактор, определяющий сильные стороны поколения Z в области цифровых технологий. Онлайн платформы дают поколению Z возможность проявить свой творческий потенциал, так как в свою очередь они хорошо адаптированы к технологии. Различные исследования показывают, что поколение Z считает себя более творческим, чем другие поколения [3,4]. Кроме того, у цифрового творчества поколения Z есть аналог и в аналоговом мире: 77% представителей поколения Z в исследованиях указали, что они проводят свободное время в автономном режиме за рисованием, ведением дневника или игрой на музыкальном инструменте.

Простая в использовании инфраструктура, которую предоставляют платформы дополненной реальности, означает, что компании могут искать сотрудников с межличностными навыками, а также тех, кто прошел формальное обучение. Многие предприниматели сказали, что это благоприятствовало поколению Z, которое приобрело ряд навыков в школе и через друзей.

Поколение Z самовыражается иначе, чем старшее поколение, как правило, более подвижно и гораздо более открыто для изменений. Проекты иногда могут меняться, и проделанная работа должна меняться чтобы приспособиться и адаптироваться к этому. Цифровой художник из Берлина Аарон Яблонски, который использует технологии дополненной реальности и отслеживания лиц в своей повседневной работе, согласен с тем, что поколение Z - первое поколение, которое выросло и погрузилось в социальные сети. Он говорит, что они постоянно окружены информацией, которая, по-видимому, повлияла на то, как они действуют на рабочем месте [4].

Помимо того, есть определенные группы люди, которые подвержены большему риску в последствии COVID-19, например:

- Выпускники менее престижных университетов и те, кто получает ученые степени, связанные с более низким карьерным заработком, в среднем подвержены большему риску.

- Имеются некоторые свидетельства того, что эффект вступления рецессию был более значителен для женщин.

Эти эффекты, как правило, носят временный характер и исчезают в течении 10 лет. Несмотря на временный характер, их воздействия могут быть значимыми для пострадавших лиц. С другой стороны, это предполагает, что, если странам удастся избежать постоянного повышения уровня безработицы, эти последствия вряд-ли окажут существенное влияние на доходность и перспективы занятости поколения Z в 2030 году.

Заключение

«Каждое поколение имеет свой уникальный стиль, потребности, цели и черты. Поэтому крайне важно создать среду, в которой все сотрудники будут чувствовать себя вовлеченными, вдохновленными и энергичными и смогут развиваться, работать вместе и учиться друг у друга» - Салли Хендерсон, руководитель отдела кадров Zurich Insurance Group.

Каждое поколение меняет мир труда: от притока женщин на рынок труда во время Второй мировой войны до того, как миллениалы повысили осведомленность о таких проблемах, как психическое здоровье. Более того, это поколение отдает приоритет работе, где они могут развивать свои навыки, расширять свои таланты и опыт. Это означает, что работодателям необходимо будет изменить методы привлечения, найма, развития и удержания талантов, способствуя личному развитию. И это может иметь косвенные преимущества для любого поколения. На самом деле, их опыт столкновения с двумя крупными глобальными кризисами за десятилетие, возможно, создал более устойчивое поколение, которое будет лучше подготовлено к решению более серьезных проблем, таких как изменение климата [5].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бутрин Д. Чью зарплату отберут роботы. Коммерсант, 2017 13.04 С. 8
2. Год с COVID-19 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://times.bntu.by/news/8364-god-s-COVID-19-pogovorili-s- rektorom-bntu-o-zhizni-vuza-v-period-pandemii> (дата обращения: 19.11.2021).
3. Клевцова А. «Поколение Z» в Казахстане: модернизация вкупе с традиционными ценностями. Азаттық. 03.02.2018.
4. Андреева А. Разница поколений: какие они - Generation Z и идущие следом «альфы»? РБК Тренды. 19.04.2021.
5. Поколения Y и Z в постпандемийной реальности: Идентификации, Ориентации, Поведение. Сборник статей научно-практической конференции (24 – 26 ноября 2021 г.)

ҚАРЖЫЛЫҚ РЕСУРСТАРДЫ ТИІМДІ БАСҚАРУ

Есеналина К.Т.

аль-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ факультеті
Менеджмент мамандығының
3 курс студенті

Ғылыми жетекші: Джумамбаев С.К.
э.ғ.к., доцент

Қаржыны басқару-әрбір адамның өмірінде маңызды рөл атқарады. Менің ойымша, кез келген адам өз қаржысын тиімді басқаруды үйренуі қажет. Адам ақшамен алғашқы рет танысқан кезде біртүрлі күйде болады. Ақшаны бірден күнделікті тұрмыстағы армандар мен тілектерді орындауға жұмсайды. Сол себепті де қазір көптеген қазақ жалақыдан жалақыға ғана емес, несиеден несиеге дейін өмір сүріп жатыр. Бұған қоса халқымыз мемлекетке көп арқа сүйейді. Алайда, әр адам қаржыны тиімді басқара алу керек.

Қаржылық сауаттылық-адамдардың нарықтағы жағдайды дұрыс бағалауға негізделген шешімді қабылдауға мүмкіндік беретін қаржы саласындағы білімдердің жиынтығы. Бүгінгі таңда қаржылық сауатты болу кез келген заманауи адам үшін маңызды. Бұл ақшаңызды сауатты басқаруға, жинақтарыңызды көбейтуге, өзіңізді және жақындарыңызды қаржылық шығындардан, алаяқтық пен пирамидалық схемалардан қорғауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, қаржылық сауаттылық-мемлекеттік экономикалық саясаттың маңызды элементі.

Қазақстандықтардың қаржылық сауаттылық индексі 2021 жылы 39,52%-ды құрап, 2018 жылдан қарағанда 3,52% ға өскен. [1]

Халықаралық көпсалалы аналитикалық орталықтың зерттеуінше, 80% халық ақша жетіспеушіліген стрессқа ұшырайды,70%-ы ресурстарды қалай жұмсау қажеттігін білмейді, 60%-ы қаржылық резервтері жоқ және шұғыл ситуацияларға дайын емес.[2]

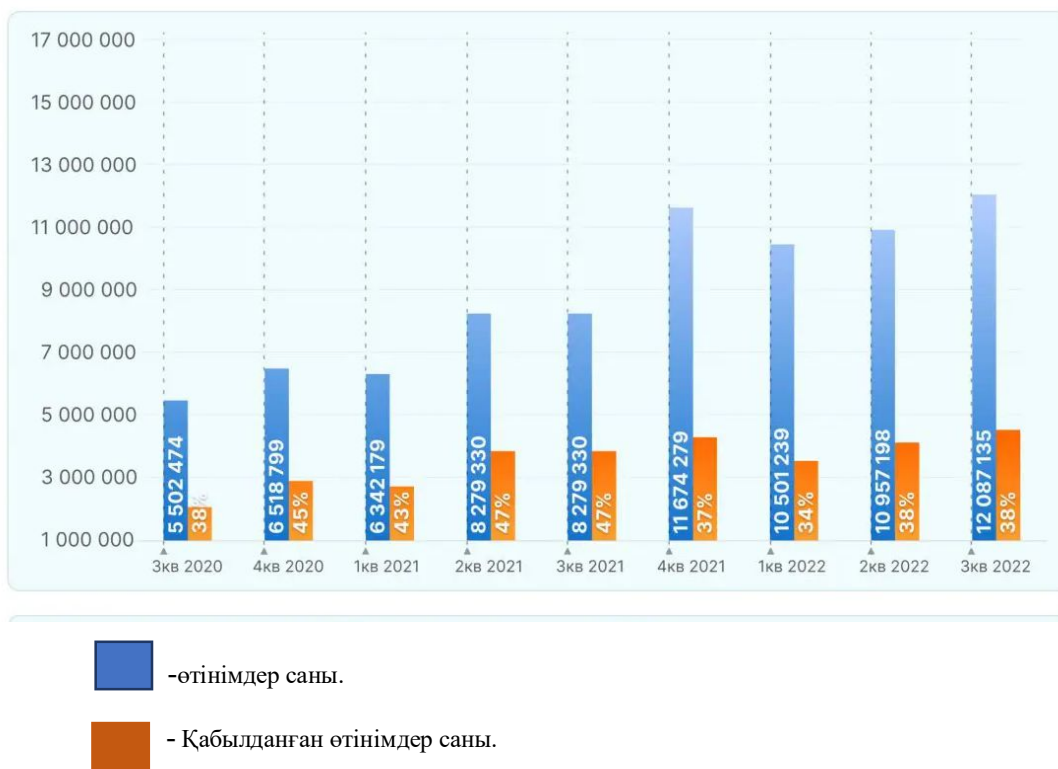
Іскерлік орталық capital.kz ақпараты бойынша, олардың жүргізілген қаржылық қызметтерді пайдалана алу туралы сауалнаманың нәтижесінде:қазақстан азаматтары үшін ең танымал қаржылық өнімдер:тауарлық несиес және банктік депозит.Бұл респонденттердің осы өнімдердің хабардарлығының жоғары екендігін көрсетеді.[3]

Сауалнамаға қатысушылардың ішінде олардың қаржылық қызметтерді көбірек зерттейді,әртүрлі ұйымдардан бірнеше нұсқаларды қарастырады. Статистикалық көрсеткіштер бойынша қызмет нарығын ашығырақ талдап, қарастырып зерттейтін жастар, яғни 18-29 жас 43,2%, 30-39 жас 44,3%-ды құрайды.

2023 жылы ақпан айында өткен Сенаттың жалпы отырысында Қаржы вице-министрі Ержан Біржанов жеке адамдардың банкроттығы рәсімдеріне арналған ақпараттық жүйе құрылғанын айтты. Қазіргі таңда 1 млн 180 мың адамның қарызы бар.[5]

Бұл айтарлықтай ірі көрсеткіш.Қазақстан халқының көп бөлігі тек несиес төлеу мен бірінші қажеттіліктерін өтеу үшін өмір сүреді десек те болады.

Қаржы нарығын зерттеу және дамыту агенттігінің шеңберінде жүргізілген әлеуметтік сауалнаманың жеке қаржыларды басқару бөлімі бойынша,нәтижелері: 47,9% респонденттер отбасылық бюджетті басқарады, жеке бюджетті 42,5% респонденттер басқарады. Қаржылық менеджмент қабілеттерін 30 жастан асқан адамдар жақсы қолдана біледі. Алайда, респонденттердің жас және орта жастағыларда шығыстарының табыстарынан асып түсетінін айтады.[3]



1 сурет - Қазақстанда 2022 жылға бөліп төлеу.

(1-сурет).2022 жылғы статистикалық көрсеткіштерде бөліп төлеу қызметін пайдаланатындар саны өсіп келе жатқандығын көрсетіледі.Алайда,бұл қаржылық қызмет – бөліп төлеу деп аталғанымен де,ол да несиенің шағын түрі болып келеді.Көптеген

адамдар,оны тек бөліп төлеу деп ойлап жиі қолданады және бұл қаржыны тиімді жоспарлауға,басқаруға кері әсерін тигізеді.Бұл бірінші мәселе.

2022 жылдың үшінші тоқсанында бөліп төлеуге деген сұраныс рекордтық деңгейге жетті.Бұл берілген өтінімдердің 12 млн-ға жеткенінен көрініс табады.Бұл алдыңғы жылғы кезеңдермен салыстырғанда 10%-ға өсті. Өтінімдердің осыншалықты өсуіне қарамастан,олардың 38%-ы қабылданған және 1 адамның несиесінің орташа көлемі-669 000 теңгені құраған.[7]

Қаржылық сауаттылық туралы білімнің жеткіліксіздігі нәтижесінде, адамдар қаржылық алаяқтыққа тап болып жатады. Сол себепті де,қаржылай сауатты болу тек сәнді тенденция емес,ол-қажеттілік. Адамдарды алдаудың жаңа технологиялары күнделікті пайда болуда. Құқық қорғау органдарының мәліметтері бойынша соңғы 2 жылда қаржылық алаяқтық кенеттен өсіп кетті.

Қазақстандықтар алаяқтықтан миллиардтаған теңге зардап шекті.Қаржылық қызметтердің қарқынды дамуы,өнімдердің онлайн форматқа көшуі және осы саладағы алаяқтық деңгейінің өсуі барысында адамға қаржылық сауаттылық қажет.

ҚР Ішкі Істер Министрлігінің ақпары бойынша 2021 жылдың қараша айында 17,8 мыңды құрайтын интернет-алаяқтықтың фактілері тіркелген. [4]

Қаржы пирамидаларына келетін болсақ,қазақстан халқына олардан тиіп жатқан зияны өте жоғары.2022 жылы ақпан айындағы жағдай юойынша 31 мыңнан астам азамат құны 54 миллиард теңгеден астам қаржылық пирамиданың құрбаны болған.Атап өтетін болсақ,осы пирамидалардан зардап шеккендер 47 миллион теңгені ғана қайтарып үлгерген[.4]

Жоғарыда аталып өткендей,80% халық ақша жетіспеушілігінен стрессқа түседі және осы туралы ашып өтетін болсақ, “неге біздің елімізде қаржылық сауаттылыққа көп көңіл бөлмеске?”,себебі қаржы тиімді басқару кез-келген адамның өміріне жеңілдік әкеледі.Көптеген проблемалар осы ақшаны дұрыс бөліп,қолдана алмаудан болады деп есептеймін.Бала туылған сәттен бастап оның жеке шоты ашылып,өмірлік қаржысын жоспарлауды бастау керек.Өміріміздің кез келген кезеңінде бұл маңызды қадам.Баланың дүниеге келуі,білім алуы,отбасын құру барлық маңызды өмірлік кезеңдерде қаржыны тиімді басқару,тиімді жұмсай білу қажет.

Келесі,30 студент арасында жүрігізілген шағын сауалнамадағы бірнеше сұрақтың нәтижелерімен бөлісіп кететін боламын.

Бөліп төлеумен(рассрочка)қолданасызба?

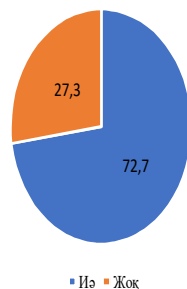


Диаграмма 1 – Бөліп төлеу проценті

Сауалнама нәтижелері бойынша,72,7 % студенттерде бөліп төлеу қызметін пайдаланады және микро-несиелер бар.

Сіздің табысыңыз шығыстарыңыздан асады ма?

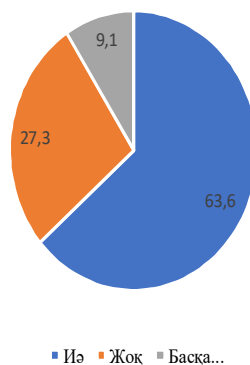


Диаграмма 2 – Табыс шығыныңыздан көп пе, тең бе?

63,6%-ның табысынан шығысы асып түседі.

27,3% табысы шығысынан көбірек және 9,1% тең болып келеді.

Сіздің табысыңыз шығыстарыңыздан асады ма?



Диаграмма 3 – Шығындарды жоспарлау

Көңіл қуантарлық нәтиже, ол-100%-ы өздерінің шығыстарын жоспарлайды.

Қаржылық сауатты азамат бұл:

- Өз бюджетін жоспарлай білетін;
- Табысы мен шығысын есептейтін;
- Нарықтағы тәуекелдің алдын ала алады;
- Болашақ қаржылық жағдайын жоспарлай алатын;
- Қаржылық алаяқтық туралы біледі және одан қорғана алады.

Қаржылық сауаттылық мәселесі үнемі өзекті. Сондықтан да келесі ұсыныстарды жасағым келеді:

1. Қарапайым нәрселерден бастаңыз және оны әдетіңізге айналдырыңыз.
2. Қаржылық қызметтерді жиі және тиімді қолдануға тырысыңыз.
3. Өзіңіздің шығыңызды жоспарлаңыз.
4. 90/10 әдісін пайдаланыңыз. Өзіңіздің табысыңыздың 90%-на өмір сүріп, 10% қорға жинақтауды үйреніңіз.
5. Өзіңіздің табысыңызды көбейтудің тәсілдерін үнемі іздестіріңіз.

6. Қаржылық сауатыңызды арттыратын жаңалықтар оқып, қосымша ақпараттарға үнемі қанық болуға тырысыңыз

7. Қаржылық жоспар жасауды әдетіңізге айналдырыңыз.

Ал табысыңызды былайша жоспарлай біліңіз.

- 10% өз болашағыңызға салық жасаңыз;
- 10% сақтандыру (кез-келген адамның өмірінде орын алатын жағдай);
- 1 өмір сүруге ең бірінші қажеттілітер;
- 2 өмір сапасына ақша арнау;
- 3 ірі сатып алулар;
- Барлық үнемделген қаражаттарды жинау.

Қорытындылай келе, қаржылық сауаттылық бұл біздің материалдық мақсатымызға жетудің кілті. Роберт Кийосаки айтқандай: “Егер бай болғың келсе, қаржылай сауатты болуың керек.” Қаржылық сауаттылық ең алдымен өз ақшаңызды сауатты пайдалана білу. Қаржылық сауаттылық азаматтардың әл-ауқатын және өмір сүру деңгейін жақсартуға әкеледі, тұтынушыларға арнайы ақпараттарды қолжетімді етеді және халықтық қаржылық қызметтерді көп қолдануы мен сол қаржылай қызметтерге қол жеткізуін қамтамасыз етеді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. El.kz сайтындағы «Почему важно развивать финграмотность и как это влияет на экономическое развитие страны». Тікелей сілтеме: <https://el.kz/ru/pochemu-vazhno-razvivat-fingramotnost-i-kak-eto-vliyaet-na-ekonomicheskoe-razvitie-strany-48885/>

2. Skillbox.ru сайтындағы «Что такое финансовая грамотность и как её повышать взрослому?». Тікелей сілтеме: <https://skillbox.ru/media/growth/financial-literacy/>

3. Kapital.kz «Об уровне финансовой грамотности казахстанцев рассказали в АРРФР». Тікелей сілтеме: <https://kapital.kz/finance/112584/ob-urovne-finansovoy-gramotnosti-kazahstancsev-rasskazali-v-arrfr.html>

4. Inform.kz «Финансовая грамотность поможет казахстанцам правильно управлять своими деньгами». Тікелей сілтеме: <https://www.inform.kz/ru/finansovaya-gramotnost-pomozhet-kazahstancam-pravilno-upravlyat-svoimi-den-gami-a3936018/amp>

5. today_qaz Instagram есми әлеуметтік парақшасы. «Жеке адамдардың банкроттығы: Наурыз айында өтініштер қабылданады». Тікелей сілтеме: <https://www.instagram.com/p/CpCJb5Potfk/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

6. Фин Грамота. Халықтың қаржылық сауаттылығын арттыру ресми сайты.

7. Bizmedia.kz сайтындағы «Закредитованность населения Казахстана выросла на 25% за 2022 год» <https://bizmedia.kz/2022/12/22/zakreditovannost-naseleniya-kz-vyrosla/>

DIAGNOSIS OF THE CRISIS ON THE EXAMPLE OF THE ENTERPRISE LLP «ZDOROVIE-SWEET»

Moldassan M.

Al-Farabi Kazakh National University,
High School of Business and Economics,
Major Management
Masters student first year

Scientific supervisor: Kunanbayeva. D.A.

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor

Abstract

Purpose-the purpose of the article is the problem of the most relevant profession at the moment - to propose measures to diagnose and improve the crisis at the enterprise.

Methodology - in this section, a study was conducted using qualitative and quantitative methods for determining data.

Results - in the process of determining the results, the search for answers to questions that have arisen at the enterprise on the signs of a crisis, the assessment of the qualifications and skills of

employees, their personal thoughts are summarized by means of a questionnaire. During the analysis of the enterprise, its SWOT analysis was considered. As a result, the activities that need to be carried out in the near future were demonstrated. It was summed up that it is possible to get out of the "pre-crisis period" with new methods only by allocating additional funds to the enterprise.

Value - LLP "Zdorovie-Sweet" offers diagnostics and rehabilitation measures to those who run medium-sized businesses in the country, but are closer to crisis moments.

Keywords. Crisis management , enterprise, risk

Introduction

Diagnostics of crises in an organization is a set of methods aimed at identifying problems, weaknesses and "bottlenecks" in the management system that are the causes of a poor financial condition and other negative performance indicators. Diagnostics can be understood both as an assessment of the company's activities from the point of view of obtaining a general managerial effect, and as a determination of deviations, existing parameters of the system from the originally set ones, and as an assessment of the functioning of the organization in a mobile, changing external environment in order to prevent crises (Sycheva, 2011).

Diagnostics and forecasting of crises in an organization are interrelated and complementary processes. On the one hand, forecasts of the probability of a crisis situation are based on the data of diagnostics of the state of the organization at certain points in time. On the other hand, the predicted values of the parameters of the organization's activity are the basis for diagnosing the occurrence of crises in the future.

In Kazakhstan, many enterprises are facing a crisis and not a small number of employees are deprived of their earnings. Many entrepreneurs are struggling with the financial crisis using different operating methods. Since the topic of crisis management has not been narrowly studied in Kazakhstan, further solutions to this problem are being considered.

Relevance of the study is the term "anti-crisis management" has appeared in Kazakhstan relatively recently. It is believed that the reason for its appearance is the reform of the Kazakh economy, the gradual entry of our state into the zone of crisis development. Few expected that the result of the reforms would be a crisis, but many today understand that only a qualitatively new type of management can bring the economy out of the crisis, which would contribute to solving two interrelated problems - recognizing the crisis and preventing it. (K.T. & Karkinbayeva , 2016)

The purpose of the scientific research of LLP "Zdorovie-Sweet" in Kazakhstan, taking the article as an empirical object of analysis, analyze its indicators, determine whether the enterprise is in a crisis or not, prevent a crisis, consider plans for the future. The following questions will be considered in the course of the study: 1. by what indicators and methods can the crisis situation of the enterprise be determined? 2. what is the significance of the company's performance indicators at the present time for making a profit in the future? In the course of the study, this method " questionnaire" was used. This method allows you with the help of a questionnaire, you can achieve . Thus, the ACU is aimed at preventing a crisis by making organizational changes that ensure the unity of the main stakeholders, members of the organization and its management to prevent a crisis, and in the event of its occurrence, to overcome their crisis with minimal damage to the organization."(Zub, 2015)

S. V. Valdaytsev, N. L. Marenkov, V. V. Kasyanov, R. A. Popov interpret the essence of anti-crisis management as overcoming crisis phenomena by an enterprise with minimal losses. V. G. Kryzhanovsky, N. V. Rodionova, I. K. Larionov, A. A. Krushinsky, A. N. Pytkin, Yu. A. Malyshevnote that, in addition to overcoming crisis phenomena, it is necessary to carry out forecasting, prevention and prevention of crisis phenomena in the company's activities. Also carry out continuous diagnostics of the state of the enterprise in order to prevent a crisis by analyzing its prerequisites. (Zhurikha, 2016)

Materials and Methods

A. Materials

LLP “Zdorovie-Sweet”, engaged in the sale of hygiene goods, located in Almaty, Kazakhstan, was selected for the scientific research. Based on the data of this enterprise, performance indicators and financial indicators of the enterprise for 2018-2021 were selected (Figure-1). The reason for choosing LLP “Zdorovie-Sweet” is that in recent years the company's profit is lower than in other years, and the probability of termination of the company's own business increases.

Despite the large number of possible causes of the crisis, the most common of them are those that arise due to errors managers of the organization who did not notice or did not pay attention to:

1. Changing performance indicators of the enterprise, which may to worsen its condition;
2. Changes in sales markets, namely, supply and demand for goods, the appearance of new goods, etc.;
3. Changes in society that may affect the activities of the enterprise;
4. The emergence of strong competitors and ignoring their activities;
5. Changing the legislative framework regarding the company's activities.

In order to avoid such situations, the company must have a system for diagnosing and preventing crises, especially if it is large, and a crisis can arise for many reasons.

What is the diagnosis of crisis situations?

Diagnostics of crises in an enterprise is a set of methods aimed at identifying weaknesses in the enterprise management system that lead to deterioration of the financial condition of the enterprise, as well as the determination of deviations, which may worsen the stability of the company's position inside or outside it. (Primakov A.M., 2016)

B. Participants

The questionnaire makes it possible to conduct really massive research;

First of all, in order to assess the internal state of the enterprise, a survey of employees was conducted. The results of the survey with short answers from 60 employees about the current state and functions of the enterprise, the progress of the plan.

The number of survey questions is 10. the following shows several survey questions:

1. Are you satisfied with the pace of work of the Enterprise?
2. Do you believe that the Enterprise is in a crisis situation?
3. What suggestions do you have for the enterprise to make a good profit? such types of questions were considered as. The analysis was carried out using the responses of employees returned by the questionnaire. The results of the analysis showed recommendations for improving the internal situation for the enterprise.

C. Measures

The main reason for the decline in the company's profits from the impact of external conditions is during the pandemic. Even after the pandemic period, the results of 2022 are not improving. The next reason is the low level of sales of goods provided by the company, low demand. Table 2 is well analyzed and shown in 2020 and 2021. As a result, it was summarized that the company, covering 120 employees, is in the "pre-crisis period". In the pre-crisis state: revenue is falling, profitability is declining, cash gaps in operating cash flow are becoming more frequent, overdue accounts receivable are growing.

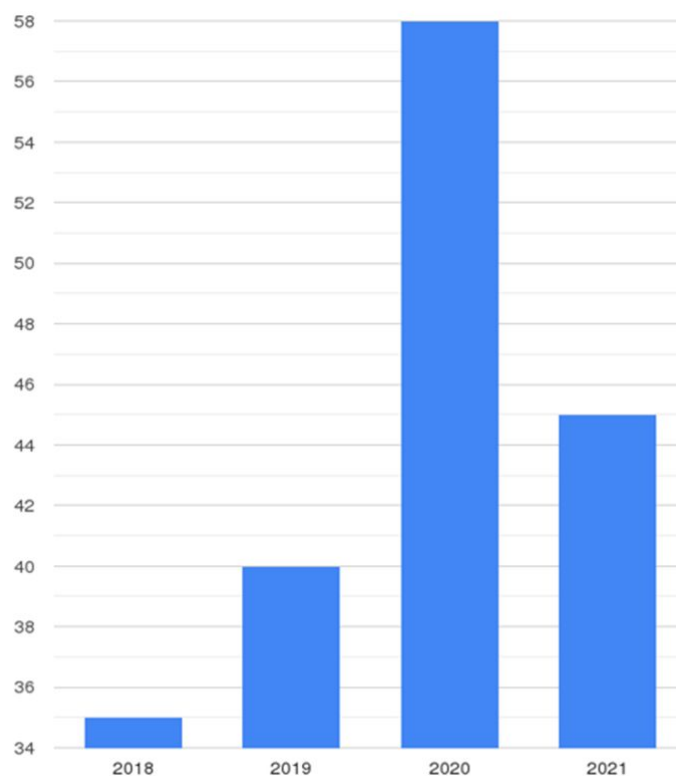


Figure 1 - Income of the Enterprise for 2018-2021.

The presence of an increase in indicators is the only evidence that the company applies a good sales application for goods, as well as innovative marketing and logistics strategies. The profit rate of «Zdorovye-Sweet» LLP in terms of indicators for 2021 is less than in 2020, as shown in Table 1 (M.M, 2022)

Results and discussion

Table 1

Economic indicators of «Zdorovye-Sweet» LLP for 2020 and 2021

Indications	2020	2021	2020-2021 (%)
1. Proceeds from the sale of products, tg	6 529 188	47 717 250	164,9
2. Cost of sold products, tg	6 836 628	1 880 628	107,9
3. Amount of gross profit, tg	58 455 246	45 836 586	191,9
4. Amount of net income, tg	10 521 942	8 250 588	191,8
5. Profitability %	16,1%	14,2 %	15%
6. Number of employees	120	120	100,0
7. Seniority fund, tg	27 115 200	27 677 400	102,1
8. Labor productivity, tg	16 341 000	17 464 200	106,9
1 sq.goods turnover per M trading District, thousand tenge	1 048 800	1 120 800	106,9

60 people answered the survey received to determine the internal state of the enterprise. 42% of them aged 20-30 years, 35% aged 31-40 years, 22% aged 40-55 years. The company has selected 120 employees who have been constantly working in the main office for the last 3 years.

According to the survey results, the average level of well-being of the enterprise is currently 62%, and the low level is 38%. According to the will of the employees, the overwhelming majority of responses noted the low competitiveness of the enterprise, the lack of liquidity of new products, as well as the lack of advertising. 18% of employees at the enterprise, skeptical about the future of the enterprise, chose the option that they want to give up their work. The company's employees are also clearly aware of the life cycle in the pre-crisis period and express their proposal. 88% of employees are confident that future changes in strategy and plans, rebranding, implementation of new ideas will make them more dominant in the market.

The external well-being and internal state of the enterprise do not matter. For this purpose, a special SWOT analysis was carried out. The table is shown in

Table 2

SWOT analysis «Zdorovye-Sweet» LLP

Strengths	Weaknesses
<p>The presence of good trade with neighboring states. Work in the market for 10 years. The offer of Eco goods.</p>	<p>Lack of advertising for the sale of a large number of goods. Bad corporate culture. Profit is less than loss.</p>
Opportunities	Threats
<p>Availability of logistics centers on the market To work in logistics centers, any enterprise has a high level of acceptance, transportation, and sale of a commercial type.</p>	<p>Having failed to get out of the crisis, the company is doomed to a decline in the economy and disappearance from the market</p>

According to the indicators of SWOT analysis, it can be said that the shortcomings and threats of the enterprise are the main factors leading the enterprise to a crisis. According to the purpose of the study, to overcome the "pre-crisis period" and continue the trade of the enterprise. To do this, you need to introduce several measures.

The financial recovery of the enterprise as a whole is a set of procedures designed for an insolvent enterprise to restore solvency and cover debt obligations. Here are some of the procedures: Appointment by the arbitration court of the head of the organization from the outside; Putting up a tender for investment; Attraction of loans under guarantees; Trust management of the debtor enterprise; Restructuring of the enterprise; Changing the profile of production; Closure of unprofitable productions; Debt collection; Sale, auctioning of a part of the property, the debtor's full enterprise, etc.

Thus, it is very important in times of economic instability to respond comprehensively and in a timely manner to changes that adversely affect the organization. Financial recovery of the enterprise is an important component of anti-crisis management and is of a strategic nature. A variety of tools and methods of financial recovery facilitates the painful exit of the enterprise from a crisis situation. It must be remembered that the creation of a strategy, planning are tasks that need to be solved before the economic crisis appears, otherwise the only thing that awaits the enterprise is bankruptcy, liquidation of the enterprise and withdrawal from the market.

Conclusion

In conclusion, the level of crisis of the selected medium-sized enterprise was studied. As a result of calculations using two different methods, the concept of LLP «Zdorovye-Sweet» "in the pre-crisis period" was developed. Based on the methods used, a modern enterprise, despite poor

performance, may not face a crisis due to the rational use of resources. It is necessary to achieve better results in the future by correcting activities and strategies that have not received much attention so far due to the presence of a crisis threat. Speaking about the use of a separate and unique tool or procedure to achieve the goal of the developed strategy, it is impossible to say that the recovery program will be effective. For a productive fight against financial instability, as a rule, enterprises use blocks of tools that create whole strategies.

REFERENCES

1. G, G. A. (1999). Crisis management. Moscow: EKMOS.
2. <http://svitzdorovya.com/stati/>. (2021). Получено 2022, из <http://svitzdorovya.com/stati/>
3. K.T., A., & Karkinbayeva, S. I. (2016). Anti-crisis management in Kazakhstan: theory and practice of foreign countries. Youth collection of scientific articles "Scientific aspirations".
4. König, A., Graf-Vlachy, L., Bundy, J., & Little, L. (2020). How CEOs' trait empathy affects their management of organizational crises. Acad. Manag. crp. 130–153.
5. M.M, M. (June 2022 r.). ORGANIZATION OF MANAGEMENT OF THE ACTIVITIES OF LOGISTICS CENTERS . Almaty, Kazakhstan.
6. Primakov A.M., & Z. (2016). Diagnostics of the crisis at the enterprise. . Scientific notes of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University, crp. 129-135.
7. PRIMAKOV A.M., Z. V. (2016). DIAGNOSTICS OF THE CRISIS AT THE ENTERPRISE. SCIENTIFIC NOTES OF THE V.I. VERNADSKY CRIMEAN FEDERAL UNIVERSITY. ECONOMICS AND MANAGEMENT, 129-135.
8. Sycheva, N. V. (2011). Diagnostics of the crisis state of an enterprise as an assessment of the scale of the crisis . Young scientist., № 9 (32). — Pp. 108-111.
9. Zhurikha, A. (2016). Scientific approaches to anti-crisis management of the enterprise. 110-112.
10. Zub, A. T. (2015). Problem management and crisis management: two approaches to managing organizational difficulties. Electronic Bulletin, (52), 144-162.

COMPARATIVE ANALYSIS OF REMOTE WORKING AND OFFICE WORKING

Abdul Rahman Basharat

Al-Farabi Kazakh National University, High School of Economics and Business
Master of Management (7M04112), second year

Scientific adviser: Kantarbayeva A.K.
International Professor, doctor of
Economic sciences (Kyoto University, Japan)

At the end of 2019, an infectious disease caused by a virus spread from China. the first case was reported in Wuhan, China in December 2019, soon this infectious disease spread all over the world and World Health Organization (WHO) called it a pandemic and chose the name of Coronavirus disease 2019 (COVID-19) for it (WHO report, 2020). subsequently, international Quarantine and lockdown applied to avoid spreading COVID-19. Therefore, all companies wanted their employees to work from home. It was the only option to help companies to survive and help employees to earn something for living. at the start many employers and employees taught it will be hard to achieve enough productivity, teamworking, job satisfaction, and communication on remote working format (Christy J & others, 2021). But advancement in Information and Communication Technologies (ICTs) help companies to adopt to this new working format easily and effectively.

At this part, let's have a short glance to the definition of Remote work. International Labor Organization (2020), and Cambridge Dictionary define remote work as the practice of doing organization's regular routines somewhere out of organization's usual place of work. it can be home, coffee shop and private office. Moreover, there are many terminologies used instead of remote working, which despite some minor differences used interchangeably and have same meaning of doing work outside of regular office like; teleworking, flexible working, hybrid working, work from home (WFH). Now, It is the time to have a short glance to the history of

remote working. remote work is not a new phenomenon, the idea of remote work has started in 1970s due to oil crisis. Jack Nilles a NASA worker is called the father of telecommuting, he used the word telecommuting in his book “the telecommunications transportation tradeoff” in 1973. he suggested that jobs should be redesigned, to be done from anywhere. moreover, in 1979 Washington post journal published an article “working at home can save gasoline”. on that time, the price of gasoline was doubled, so experts suggest that remote work should be used to avoid much gasoline consumption on transportation vehicles. (Kurland, 2002).

From here, the arguments about remote working started. Later on, big companies start to check that work from home is beneficial or not. For this reason, in 1979 five IBM Corporation employees had worked from home to check, is it effective to work from home or not. Later, JCPenney allowed it’s call centers to work from home. (Patanjali & Bhatta, 2022). gradually, the number of remote workers doubled and by development in information and communication technologies, the number of users increased and during lockdown it reaches to it’s peak. after COVID-19, and effectiveness of remote working during Pandemic, many employers want to have remote work as substitute option to office work and shift some or all of their employees to work from home. also, employees have the desire to work remotely. According to Owl Labs State report, about 56% of international organizations allow their employees to work remotely, and 16% of international companies work fully remote. About 44% of international organizations do not allow remote working. About 60% of employees like to work remotely, even for one day in a week. Also, they accept decrease in payment, if they have remote working option. Right now, about 26% of American employees practice remote working and it will reach to 36.2% in 2025. Moreover, about 40% of remote workers believe that they are more productive when they work remotely.

Table 1

Advantages and disadvantages of Office working

Advantages	Disadvantages
Increased communication and collaboration	Lack of work-life balance
Better time management	Low morale and motivation
Good to get experience	Greater absenteeism and turnover
Good facilities and office tools	Should Dress formally and obey roles
Easy to communicate with employers	Not comfortable for introverts

Table 2

Pros and Cons of Remote working

Pros	Cons
Increase productivity	loneliness and isolation
Increase job satisfaction	Lack of face-to-face communication
Increase work-life balance	Hard for new hired employees
Freedom and flexibility	Confidentiality will not be maintained
Decreased absenteeism and turnover	Internet access problem
Peace and quite	Increased in communication meetings
Location freedom	Not have good workplace at home
Competitive advantage for companies	Hard to monitor remote workers



Picture 1 - Remote work decreases operating costs for both companies and employees

By comparing office working and remote working, and due to advancement in information and communication technologies (ICTs), numerous advantages of remote working, moreover, remote working usefulness during pandemic and other abnormal situations, we can say proudly that remote working is a good substitute to office working. Even though, there are some challenges, if not managed properly, will ruin remote workers motivation and productivity.

Remote working challenges and my recommendations

1- managing remote workers

Remote work brings new challenges and responsibilities for both employees and employers. Managing remote workers is a big challenge for managers. what tools and equipment should be used to assess remote workers time and effort? On the other words, how to assess remote workers performance during remote working and avoid procrastination. some employers want excessive reports and put live spy camera on remote workers workplace, and check them regularly, do they work or not. but it is against management roles and principles, it will ruin their motivation and job satisfaction. Even though, A small level of supervision is logical and necessary. but the better option for managing remote workers is building trust among employees and employers. Moreover, employers should acquire new managerial skills of how to manage remote workers principally. on the other hand, managers instead of concentrating on job doing process, they should use the principle of Management by objectives (MBO), it means that they should assess remote workers based on the result of their work, not how they achieve the results. they should give remote workers enough flexibility and authority to organize their work and achieve results.

2- luck of support from employers and luck of home office

Employers should provide enough support for their remote workers, and help them to prepare a small home office, with needed office equipment, IT support, financial support, training, consultation, new software, and many other non-wage benefits. It will help employees to adopt to this new working model easily and be able to continue work from home. According to a survey, 89% of employers do not support their remote workers, most of the time, their expenses will be more than office working. Moreover, technical problems occur during remote working, even remote workers may find it difficult to run a program, therefore, companies should have full-time technical staff to solve technical problems.

3- remote workers feel isolated

Humans are social animals and they feel happy and energetic when they are in contact with people. due to luck of face-to-face communication, most of remote workers feel isolated and depressed except some introverts. Moreover, people with less experience need much information and help from seniors. therefore, work in office is the better option for them. For eradicating this

problem, employers should make employees to work one day in-campus, moreover, employees should have formal and informal meetings with employers and employees to share their problems and eradicate isolation feeling, in addition, managers should hold group formal and informal meetings, and employees talk with their colleagues and share their problems, to overcome on their loneliness challenge.

4- maintaining confidentiality during remote working

Each organization has some secrets; like trade secret and many other sensitive issues of an organization, employees are morally obliged to keep them safe and confident. But during remote work, maintaining confidentiality is another challenge for employers. Due to weak security system, remote workers system maybe hacked. But they can overcome on this challenge by having a good cyber security system, and having update anti-virus and other technical support to remote workers. Moreover, remote workers should also keep in mind their psychological and ethical contract with organization, to keep organization secrets safe.

5- employees find it difficult to unplug themselves from job

During office work, employees go to work on 9:00 AM and finish it on 5:00 PM and go to home and have time for family, but during remote working, employees find it difficult to unplug themselves from work. Even Sometimes they work on night. So, their personal and working life combined and it is hard for them to keep themselves away from job. But by having a clear plan and timetable they can overcome on this problem and they can maintain balance between job and personal life.

REFERENCES

1. Hansson, D., Lowman, R. (2013). Remote, office not required. Vermill.
2. Rupiatta, K., & Beckmann, M. (2016). Working from home – What is the effect on employees' Effort?. ECONSTOR. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/162183/1/889498229.pdf>
3. Amin, A., & Mathew, W. (2021). Challenges and opportunities of remote working from home during COVID-19 pandemic. Journal of ScienceDirect.
4. Christy, J., Kalgi, N. (2021). A comparative study of work from home v/s work from office. ResearchGate. ISSN:0011-9342
5. Roelofsen, C. (2002). The impact of office environments on employee performance: the design of the workplace as a strategy for productivity enhancement. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/242347378>
6. Patanjali, S., Bhatta, N. (2022). Work from home during the pandemic: the impact of organizational factors on the productivity of employees in the IT industry. SAGE Journals, <https://doi.org/10.1177/09722629221074137>
7. Maria, J. & Bloom, N. (2021). Why working from home will stick, NBER working paper, <https://www.nber.org/papers/w28731>
8. Kurland, N. (2002). A review of Telework Research: findings, new directions, and lessons for the study of modern work. ResearchGate.
9. Owl Labs. (2022). State of remote work 2022. <https://owllabs.com/state-of-remote-work/2022>

ӨНІРЛЕРДІҢ ШАРУАШЫЛЫҚ ҚЫЗМЕТІНІҢ ТЕҢГЕРІМДІЛІК ДЕҢГЕЙІН ҮШ ФАКТОРЛЫ МОДЕЛЬ АЯСЫНДА БАҒАЛАУ

Есенжигитова Р. Г.
эл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
Экономика және бизнес жоғары мектебі,
Мемлекеттік және жергілікті басқару
мамандығының 1-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.,
э.ғ.к., профессор м.а.

Кіріспе

Аумақ пен кеңістік тұрғысынан еліміздің теңгерімді дамуы басты басымдықтардың бірі. Табиғи-климаттық, ресурстық жағдайлардағы, сонымен қатар жер шарындағы тарихи мұраның (өндірістік, интеллектуалдық, мәдени және т.б.) аумақтық айырмашылықтары өңірлерді дамытудың әртүрлі алғышарттарын жасайды. Бұл айырмашылықтар тарихи-географиялық аймақтардың, ал елдер ішінде-экономикалық аудандардың қалыптасуын анықтайды және әкімшілік құрылымдарды (бірліктерді) бөліп көрсетуге негіз болады. Әрбір өңірдегі ресурстардың шектеулігі, олардың аумақ бойынша, ең алдымен жалпы мақсаттағы ресурстармен өзара алмастырылуы, қоғамға қажетті өнім өндірісін ұлғайту және халықтың өмір сүру деңгейін арттыру мақсатында өңірлердің өзара байланысты теңгерімді даму қажеттілігін анықтайды [1].

Бұндай жағдайда аймақтарда қандай өнімдер мен қызметтер және қандай көлемде өндіру қажет екендігін білу қоғам үшін маңызды. Сондай-ақ өндіргіш күштерді орналастыру мәселелерінің де маңыздылығы ерекше болып табылады. Өндірістің максималды экономикалық тиімділігіне қол жеткізу, халықтың өмір сүруіне қолайлы жағдай жасау және табиғи мұраны қорғау, аймақтағы экологиялық теңгерімді сақтау үшін аймақтар аумағында экономика мен әлеуметтік объектілерді, табиғи ландшафттарды тиімді арақатынаста және ұтымды орналастыру тәрізді мәселелердің туындауы өңірлік экономикалық саясатты қалыптастыру мен іске асырудың негізін құрайды [1].

Өңірлік экономикалық саясатты іске асырудағы жалпы әлемдік тренд және негізгі заңдылық өңірдегі барлық мүдделі тараптардың мүдделерін ескере отырып, берілген даму параметрлеріне қол жеткізуді білдіретін теңгерімді дамуға бағдарлану. Өңір аумақтық құрылым ретінде табиғи, экономикалық және әлеуметтік компоненттерді қамтитын біртұтас құрылымды білдіреді [2].

Кез келген елдің болашағы өңірлер деңгейіндегі өзгерістерге байланысты. Бұл тұста өңірлердің теңгерімді әлеуметтік-экономикалық дамуын қамтамасыз ету, әлеуметтік-экономикалық ахуал мен өмір сапасының айырмашылық деңгейін қысқарту маңызды. Себебі өңірлердің дамуындағы әлеуметтік-экономикалық теңсіздіктің орын алуы ел экономикасының тиімділігіне, елдің тұрақты дамуына айтарлықтай кедергісін келтіреді.

Елімізде өңірлердің дамуындағы әркелкілікті жою үшін нормативтік-құқықтық тұрғыдан негіз жасалынғанмен де, соңғы жылдардағы ресми статистикалық көрсеткіштер өңірлік айырмашылықтар мәселесін шешуге қатысты отандық тәжірибенің айтарлықтай тиімділікке жетпегендігін, көзделген мақсат орындалмағандығын айқындайды. Елдің әлеуметтік-экономикалық даму тиімділігін арттыруда өңірлердің маңыздылығының артуы өңірлік экономиканың теңгерімді дамуын күшейту қажеттілігін айқындайды. Жер аумағы үлкен, бірақ халық аз қоныстанған Қазақстан үшін елдің дамуы өңірлердің теңгерімді дамуы негізінде ғана мүмкін болады [3]. Осыған байланысты өңірлердің теңгерімді даму теориясының мәселелері, олардың теңгерімді дамуына әсер ететін факторларды анықтау және талдау жүргізу өзекті болып табылады.

Зерттеу объектісі ретінде Қазақстанның солтүстік өңірінде орналасқан Қостанай және Ақмола облыстары алынды.

Әдебиеттерге шолу

Өңірлердің әлеуметтік-экономикалық дамуы әр түрлі салалар мен қызмет түрлері арасындағы теңгерімдікке негізделген жағдайда ғана неғұрлым тиімдірек болуы мүмкін. Қазіргі жағдайда өңірлер дамуының теңгерімділігін күшейту арқылы олардың ел экономикасының тиімділігін арттырудағы маңыздылығын жоғарылатуға болады. Теңгерімділік-бұл, ең алдымен, қолда бар ресурстар мен қанағаттандырылуы қажет қажеттіліктер арасындағы сәйкестік, сондай-ақ экономикалық жүйенің элементтері арасындағы сандық арақатынас.

Өңірлердің теңгерімді дамуының теориялық негіздері экономикалық жүйелердің теңгерімді дамуын түсіндіру, теңгерімді өңірлік дамуға қол жеткізу тәсілдерін анықтау тұрғысынан қызығушылық тудырады. Оның негізін А. Смит, Д. Рикардоның еңбектерінде

әзірленген тұжырымдар құрайды. Бұл ғалымдар елдегі табиғи және адами ресурстарға, шаруашылық дәстүрімен тығыз байланысты белгілі бір өнімдерді өндіруге маманданған елдер арасындағы тауар алмасудың тиімділігі туралы идеяны алға тартқан.

Д. Рикардо «салыстырмалы артықшылық» теориясын ұсынған. Осылайша А. Смит пен Д. Рикардо елдер мен аймақтарды мамандандыру қажеттігін негіздеген [4].

Аймақтар өндірісте шығыны аз және өндірістік факторлары арзан тауарларды енгізуі және шығаруы өндірістік факторлардың орын алмасуына байланысты деген ұжырымдама Хекшер-Олин теориясының негізгі идеясы болып табылады [5].

Белгілі американ экономисі В. Леонтьевтың еңбектерінде айтылғандай, тауарларды енгізу мен шығарудың ұтымды құрылымын таңдау үшін өндіріс саласында шикізат пен материалдарға кететін жанама шығындарды ескеру қажет. Ол салааралық теңгерім әдісін қолданып, «Шығындар-өнім шығару» моделін әзірлеген. Және осы модель негізінде қолда бар ресурстар мен оларды пайдалану арасындағы тепе-теңдікті көрсетеді. Бұл тұжырымдамалар халықаралық саудаға арналған. Бірақ олар сонымен қатар ел ішіндегі өнімдердің аймақаралық алмасуын талдауда да қолданылады [6].

Өндіргіш күштерді орналастырудың заңдылығын микроэкономикалық тұрғыдан қарастырған әдістемелік тәсіл Й. Тюнен, В. Лаунхардт, А. Вебердің еңбектерін біріктіруге негіз болды. Бұл ретте шаруашылық объектінің ең оңтайлы орналасқан жерін таңдау туралы басқарушылық шешім еңбек, көлік және агломерациялық үш факторды ескеру негізінде, шығындарды барынша төмендетуді көздей отырып қабылданады. Бұл ғалымдар өз еңбектерінде өндірісті оңтайлы орналастыруға масштаб эффектісі мен көлік шығындары ықпал ететіндігін дәлелдеген [7].

Г. Мюрдаль, Ф. Перру, Дж. Фридман сияқты ғалымдар нарықтық механизмнің мүмкіншіліктерінің шектеулілігі өңірлік дамудың теңгерімсіздігіне әкеледі деген пайымды басшылыққа алады. Бұл пікірдің дәлелі ретінде жұмыс күшінің кедей өңірлерден дамыған өңірлерге бет алуын айтуға болады, ал бұл өз кезегінде артта қалған өңірлердің артта қалуын одан әрі тереңдете түседі. Осы теориялардың басты идеясы кеңістікте экономиканың өсу орталықтары мен өсудің таралу арналарының пайда болуын қамтамасыз ететін мемлекеттің араласу қажеттігі.

Дж. Фридман «Орталық – периферия» моделін қалыптастырған және осы модель бойынша өсу орталықтары экономикалық дамуды ынталандырады және көршілес өңірлерге әсер ете отырып, тауарлар мен қызметтерге сұраныс пен ұсынысты қалыптастырады деген тұжырымын ұсынған [8].

Швед экономисі Т. Хагерстранд шаруашылықты дамытуға және орналастыруға ғылыми-техникалық прогрестің әсер ету механизмін ашқан. Өз еңбектерінде автор инновациялық даму логикасын ұстана отырып, орталық әлеуметтік, экономикалық және технологиялық сипаттағы жаңалықтардың пайда болуының көзі болып табылады, ал қалған кеңістік инновациялардың таратылуының экономикалық ортасы болады деп ұйғарады [9].

Отандық ғалымдар А. А. Сатыбалдин, Н. К. Нурланова, З. Т. Сатпаева, Н. Ж. Бримбетова, Ю. К. Шокаманов өз зерттеулерінде Қазақстанда өндіргіш күштердің біркелкі орналаспағанын, соның нәтижесінде өңірлер экономикасының тиімсіз құрылымы қалыптасып, халықтың ұтымды қоныстанбауы орын алғанын келтіреді [10]. Зерттеу жұмыстарында «теңгерімді даму», «экономикалық әртараптандыру», «экономикалық жергіліктену» ұғымдарының арақатынасына қатысты тұжырымдар жасалған. Авторлар өңірлердің теңгерімді дамуы сол аумақтың қызмет ету траекториясын жаһандық сын-қатерлерді ескеру, солармен үйлестіру мүмкіндігімен анықталатынын жеткізеді. Сонымен қатар экономикалық күрделілік индексі мен инновациялар дамуының жоғары көрсекішін қалыптастыруға және еліміздің барлық өңірлерінің халқының әлеуметтік игіліктерге тең қолжетімділігін қамтамасыз ететін инклюзивті өңірлік дамуға бағдарланған елдің аймақтық саясатының жасақталу тұжырымдамасын ұсынады [11].

Әдіснама

Өңірлердің теңгерімді дамуын бағалау мәселелерін зерттеуші шет елдік ғалымдар Дж. Аткинсон, К. Гамильтон, Д. Диксон өңірлік жүйелердің әлеуметтік-экономикалық дамуының жекелеген аспектілерін бағалау критерийлері мен индикаторларын әзірлеген.

Қазіргі уақытта өңірлердің теңгерімді дамуын бағалауды екі түрлі тұрғыдан қарастыруға болады. Біріншісі – дамудың жекелеген аспектілерін (әлеуметтік, экономикалық, экологиялық, институционалдық және т.б.) сипаттайтын индикаторлар жүйесін білдіреді. Екінші – өңірлердің теңгерімділік дәрежесін көрсететін біріктірілген көрсеткіштер. Ең танымал көрсеткіштер қатарына экологиялық факторларды ескере отырып адами потенциалды дамыту, түзетілген таза жинақтар индексі, экологиялық тұрғыдан түзетілген таза аймақтық өнім, нақты прогресс индексі жатады.

Кез-келген өңірдің теңгерімді тұрақты дамуының негізінде экономикалық, әлеуметтік және экологиялық жүйеішілік тепе-теңдік жатыр. Дамудың экономикалық, экологиялық және әлеуметтік мақсаттарын біріктіретін кешенді көрсеткіш – халықтың өмір сүру сапасының артуы мұндай тепе-теңдік нәтижесі болып табылады. Теңгерімділік құралын таңдау өңірдің нақты даму жағдайына байланысты таңдалады.

Өңірлердің шаруашылық қызметінің теңгерімділік деңгейін есептеу методикасы өңірдегі әлеуметтік, экономикалық және экологиялық қызмет критерийлерін қамтитын өңірдің шаруашылық қызметінің теңгерімділік деңгейін бағалаудың үш факторлы моделін қолданамыз [12].

Осы Әдіснамаға сәйкес көрсеткіштерге үш балдық бағалау шкаласы қолданылады, мұнда 3 – динамиканың ең жақсы нәтижесі, 1 – ең нашар нәтиже, 2 – елеусіз динамика кезінде (0,99–1,01 шекараларында) қойылады.

Нәтижелер және талқылау

Өңірдің шаруашылық қызметінің теңгерімділік деңгейін бағалаудың үш факторлы моделін қолдану арқылы жүргізілген есептеулер нәтижесі 1-3 кестелерде көрсетілген.

Кесте 1

2020-2021 жылдар аралығында облыстардағы әлеуметтік қызмет көрсеткіштерін бағалау критерийлері

Көрсеткіштер	Балл	
	Қостанай облысы	Ақмола облысы
Білім беру	1,2	2,2
Тұрғын үй-коммуналдық шаруашылық	2,3	2,3
Денсаулық сақтау	1,7	2,5
Мәдениет, спорт	2	1
Халық	1,5	1,5
Әлеуметтік шиеленіс	1	1
Барлығы орташа арифметикалық балл	1,6	1,7

Ескерту – Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған[13].

1-кестеде келтірілген статистикалық мәліметтерге сай, әлеуметтік саланың орташа арифметикалық баллдық бағасы ұқсас нәтижелер берді- Қостанай облысы бойынша 1,6 балл және Ақмола облысы бойынша 1,7 балл. Ал баллдық бағалаудың құрамдас бөліктерін қарастыратын болсақ, онда ең алдымен назар аударуды қажет ететін «осал тұстарын» анықтауға болады. Айталық, Қостанай облысы бойынша «білім беру» бөлімінің орташа арифметикалық балы - 1,6 Ақмола облысының 2,2 балымен алыстырғанда айтарлықтай төмен.«Денсаулық сақтау» бөлімі бойынша да осыған ұқсас жағдай- Қостанай облысы -1,7 балл, Ақмола облысы-2,5 балл. «Мәдениет» бөлімі бойынша жағдай керісінше өзгерді- Қостанай облысында -2 балл, Ақмола облысында 1 балл.

2020-2021 жылдар аралығында облыстардағы экологиялық қызмет көрсеткіштерін бағалау критерийлері

Көрсеткіштер	Балл	
	Қостанай облысы	Ақмола облысы
Ауа	1,5	1,2
Су	2,6	1
Барлығы орташа арифметикалық балл	4,1	2,2
Ескерту – Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған[13].		

2-кестедегі мәліметтер су блогына қатысты қызметті сипаттайтын көрсеткіштердің төмен бағалануына байланысты Ақмола облысының экологиялық аспектінің орташа арифметикалық бағасы Қостанай облысына қарағанда төмен екенін көрсетті (сәйкесінше 2,2 балл және 4,1 балл). Атмосфераның жағдайын сипаттайтын көрсеткіштер бойынша өңірлердің бағасы бірдей.

2020-2021 жылдар аралығында облыстардағы экономикалық қызмет көрсеткіштерін бағалау критерийлері

Көрсеткіштер	Балл	
	Қостанай облысы	Ақмола облысы
Өңір	3	2,5
Еңбек ресурстары	1,6	1,8
Барлығы орташа арифметикалық балл	2,3	2,1
Ескерту – Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған[13].		

Экономикалық қызмет көрсеткіштерін бағалау нәтижесі бойынша Қостанай облысының орташа арифметикалық бағасы Ақмола облысына қарағанда жоғары екенін байқаймыз (сәйкесінше 2,3 балл және 2,1 балл). «Еңбек ресурстары» бөлімі бойынша өңірлерде жағдай ұқсас, тек «Өңір» бөлімі бойынша ғана Қостанай облысы 3 балды, Ақмола облысы-2,5 балды көрсетті.

Әрбір көрсеткіш бағаланғаннан кейін қызметтің үш саласының (әлеуметтік, экономикалық және экологиялық) әрқайсысының орташа арифметикалық балдық бағасы есептеледі (4-кесте).

Сонымен талдау нәтижелері экономика және экология салаларының қызмет ету тиімділігінің жоғары деңгейінің көрінісі ретінде орташа арифметикалық бағаның Қостанай облысы бойынша жоғары екенін көрсетеді. Әлеуметтік сала екі облыста да теңгерімді өңірлік дамуды бұзатын фактор қатарына еніп тұр. Бұл өз кезегінде өңірлік әлеуметтік кешендердің, олардың салалық мамандануын ескере отырып, қызметін ынталандыруға бағытталған шараларды әзірлеуді талап етеді.

2020-2021 жылдардағы өңірлердің шаруашылық қызметінің теңгерімділік деңгейін жиынтық бағалау

Қызмет аялары	Балл	
	Қостанай облысы	Ақмола облысы
Әлеуметтік қызмет	1,6	1,7
Экологиялық қызмет	4,1	2,2
Экономикалық қызмет	2,3	2,1
Шаруашылық қызмет деңгейінің орташа арифметикалық бағасы	2,7	2

Ескерту – Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған[13].

Қорытынды

Кез-келген өңірдің теңгерімді тұрақты дамуының негізін экономикалық, әлеуметтік және экологиялық жүйеішілік тепе-теңдік құрайды. Қазіргі уақытта өңірлік жүйеде әрқайсысы өз функциясын орындайтын осы үш өзара байланысты - әлеуметтік (қоғам), экологиялық (өңір табиғаты), экономикалық (өңірлік экономика) кіші жүйелердің бірлігі қағидаты өңірлердің перспективалы дамуының негізгі қағидатына айналуға қол жеткізіледі және оның өнімдерін тұтынады. Өңірлік экономика өзінің алдына қойған мақсаттарын іске асыру үшін өндірістік цикл аяқталғаннан кейін, оған өндіріс қалдықтарын жібере отырып, экологиялық кіші жүйенің ресурстарын пайдаланады. Өңір экологиясы әлеуметтік және экономикалық кіші жүйелерден шығатын қалдықтардың әсерінен өзінің қасиеттерін өзгертеді (адамдардың тіршілік ету ортасы ретінде) және сол арқылы қоғамға әсер етеді.

Ұдайы өндіріс пропорциясы теориясына сәйкес, өңірлердің шаруашылық қызметінің теңгерімділік деңгейіне әлеуметтік, экологиялық және экономикалық мүдделердің тепе-теңдігін сақтаған жағдайда ғана қол жеткізуге болатындығы туралы идея зерттеуге арқау болды. Зерттеу аясында 2020-2021 жылдар аралығында Қостанай және Ақмола облыстарындағы қызметтің үш саласының жай-күйін бағалау көрсеткіштерінің жүйесі, олардың динамикалық мәндерін бағалау критерийлері анықталды. Нәтижесінде екі өңір үшін де әлеуметтік сала теңгерімді өңірлік дамуды тежеуші фактор ретінде көрініс тапты. Сондықтан өңірлердің теңгерімді дамуын қамтамасыз ету үшін мемлекет өңірлердің дамуын ынталандыратын механизмді, өңірлік экономиканы дамытудың салалық басымдықтарын, өңірдің белгілі бір стратегиялық бәсекелестік артықшылықтарын табуы қажет, сонда барлық өңірлердің ресурстық әлеуеті және бәсекелестік артықшылықтарын пайдалану негізінде үйлесімді дамуын қамтамасыз етуге мүмкіндік туады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Лимонова Л.Э. Региональная экономика и пространственное развитие. –М.: Издательство Юрайт.2017-367 с.
2. Курнышев В.В., Глушкова В.Г. Региональная экономика. Основы теории и методологии исследования. –М.: Издательство Проспект. 2013-273 с.
3. Смагулова Г.С., Сермагамбет Ү.М., Тұмбай Ж.О. Қазақстандағы өңіраралық дифференциацияны мемлекеттік реттеу// Вестник КазНУ. Серия экономическая.2020. №4 (134). -с.118-132
4. Рикардо, Д. Начало политической экономии и налогового обложения / Д. Рикардо, соч., Т. 1-5. – Москва, 1995. – С. 61.
5. Олин, Б. Межрегиональная и международная торговля. – Москва: Дело, 2004. – 91 с.
6. Леонтьев, В.В. Межотраслевая экономика: пер. с англ. – Москва: Прогресс, 1997. – 282 с.
7. Вебер А. Теория размещения промышленности: пер. с нем. – М.: Книга, 1926.-119 с.
8. Friedmann J. Urbanisation, Planning and National Development. – London: Beverly Hills, 1973. – p. 351.
9. Хагерстранд, Т. Диффузия инноваций как пространственный процесс. – Москва, 1953. – 385 с.
10. Бримбетова Н.Ж. Региональная политика нового качества и факторы локализации наукоемких производств// Экономика: стратегия и практика. 2018. №3 (47) -с.77-86.
11. Нурланова Н. К. Смена парадигмы региональной политики в XXI веке (зарубежный опыт и рекомендации для Казахстана) // Экономика: стратегия и практика. 2019. №1 (14) -с.41-55.

12. Мамлеева Э.Р., Сазыкина М.Ю., Трофимова Н.В. Методика оценки сбалансированности муниципального образования // Вестник евразийской науки. 2019. №6

13. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы [Электронды ресурс] // Кіру режимі: <https://stat.gov.kz/>

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭЛЕКТРОНДЫҚ МЕМЛЕКЕТТІК САТЫП АЛУДЫҢ АРТЫҚШЫЛЫҚТАРЫ

Хусуров Н.Н.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭБЖМ
Мемлекеттік және жергілікті басқару, 3 курс студенті

Ғылыми жетекші: Бельгибаева Ж.Ж.

э. ғ. д., профессор

Аннотация. Мақалада Қазақстанда мемлекеттік сатып алуды жүргізу принциптері, кезеңдері мен тәсілдері қарастырылады. Веб-порталдың жұмыс істеуі мемлекеттік сатып алудың ашықтығы мен айқындылығын арттыруға мүмкіндік берді. Бірақ мемлекеттік сатып алуға қол жеткізуді жеңілдету, баға мен сапаның оңтайлы арақатынасын қамтамасыз ету, шағымдарды қарау тетігін жетілдіру, қатысушылардың кәсібилігі мен адалдығын арттыру, сыбайлас жемқорлық көріністерінің алдын алу бойынша ғылыми зерттеулер жүргізу қажет.

Түйінді сөздер: мемлекеттік сатып алу, бюджет, конкурс, комиссия, ашықтық, әділдік

Кіріспе. Мемлекеттік сатып алу қоғам өмірінде әрқашан маңызды рөл атқарды. Мемлекет бюджет қаражатына қажетті тауарларды сатып алу арқылы халықтың сұранасын қанағаттандыруды, елдегі қауіпсіздік пен тұрақтылықты қамтамасыз етеді. Жеткізуші ретінде әрекет ететін бизнес мемлекетті төлем қабілетті сатып алушы ретінде қарастырады және табыс алады.

Мемлекеттік сатып алуды жетілдіру мәселесі әлемнің барлық елдері үшін өзекті болып табылады. Мемлекеттік қаржы ресурстарын тиімсіз жұмсау, сыбайлас жемқорлық бұзушылықтар, жосықсыз бәсекелестік, тиісті деңгейде келісімшарттарды орындамау жағдайлары әлі де жиі кездеседі.

Зерттеу әдістемесі. Зерттеудің әдіснамалық негізі ретінде тұрақты даму мен жетілдірудегі мемлекеттік сатып алу процесін зерттейтін диалектикалық әдіс қолданылды. Салыстыру әдіс арқылы дәстүрлі жүйенің кемшіліктері мен электрондық жүйенің артықшылықтары анықталды. Веб-портал мониторингі мен шағымдарды талдаудың көмегімен мемлекеттік сатып алудағы негізгі проблемалар мен бұзушылықтар жүйеленді.

Зерттеу нәтижелері. Қазақстанда мемлекеттік қажеттіліктер үшін тауарларды, жұмыстарды және қызметтерді сатып алу «Мемлекеттік сатып алу туралы» заңмен реттеледі және белгілі бір қағидаттарға сәйкес жүзеге асырылатын күрделі процесс ретінде сипатталады.

Жалпы алғанда, мемлекеттік сатып алу процесі өзара байланысты үш кезеңнен тұрады: мемлекеттік сатып алудың жылдық жоспарын әзірлеу және бекіту, өнім берушіні таңдау және онымен мемлекеттік сатып алу туралы шарт жасасу, мемлекеттік сатып алу туралы шартты орындау.

Мемлекеттік сатып алуды жүзеге асыру келесі қағидаттарға негізделеді:

- мемлекеттік сатып алу үшін пайдаланылатын ақшаны оңтайлы және тиімді жұмсау;
- осы Заңда көзделген жағдайларды қоспағанда, әлеуетті өнім берушілерге мемлекеттік сатып алуды өткізу рәсіміне қатысу үшін тең мүмкіндіктер беру;
- әлеуетті өнім берушілер арасында адал бәсекелестік, сатып алуға қатысушылар арасында сөз байласуға жол бермеу;

- мемлекеттік сатып алу процесінің, оның ішінде өнім берушілердің коммерциялық құпияға заңды құқықтары сақтала отырып (мемлекеттік сатып алу қорытындылары шығарылғанға дейін), ашықтығы мен айқындығы;

- отандық тауар өндірушілерге, сондай-ақ жұмыстар мен көрсетілетін қызметтерді отандық берушілерге Қазақстан Республикасы ратификациялаған халықаралық шарттарға кайшы келмейтін шамада қолдау көрсету;

- мемлекеттік сатып алуға қатысушылардың жауапкершілігі;

- сыбайлас жемқорлық көріністеріне жол бермеу;

- инновациялық және жоғары технологиялық тауарларды, жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді сатып алу;

- сатып алынатын тауарлар құрамындағы зияткерлік меншік объектілеріне құқықтарды сақтау [1].

Бұл мақалада мемлекеттік сатып алуды жүзеге асыру қағидаттарына ерекше назар аударылды, өйткені оларды сақтау мемлекеттік сатып алуға қатысушылар арасындағы қатынастарды реттеуге ғана емес, сонымен қатар сыбайлас жемқорлық бұзушылықтардың санын азайтуға, тең құқықтарды, сондай-ақ бюджет қаражатын жұмсаудың ашықтығы мен тиімділігін қамтамасыз етеді.

Алайда, Қазақстанда мемлекеттік сатып алуды жүзеге асыру қағидаттары тұтастай алғанда цифрландыру жағдайында халықаралық стандарттарға сәйкес келетініне қарамастан, оларды жүзеге асыру рәсімі әлі де елеулі өзгерістерге ұшырауда.

Айта кету керек, әлемдік тәжірибеде мемлекеттік сатып алуды өткізудің әртүрлі тәсілдері кең таралған: конкурс өткізу (ашық конкурс, екі кезеңдік рәсімдер пайдаланатын конкурс, алдын ала біліктілікті іріктеу арқылы өткізілетін конкурс, негіздемелік келісімдер пайдаланылатын конкурс, рейтингтік-балдық жүйе пайдаланылатын конкурс); аукциондарда; баға ұсыныстарын сұрату; бір көзден алу; тауар биржалары және электрондық дүкен арқылы.

Жалғыз жеткізушіден сатып алу аталған әдістерінің арасында бәсекелестік емес әдіс болып табылады. Өйткені бұл жағдайда тапсырыс беруші анықталған ұйымды анықтайды және шарт жасайды. Жалғыз жеткізушіде табиғи монополиялар субъектілерінің қызмет саласына, су бұру және сумен жабдықтауға, кепілді жеткізушінің электр энергиясын жеткізуіне, жұмылдыру дайындығы бойынша жұмыстарды жүргізуге, апаттар мен төтенше жағдайлардың салдарын жоюға қатысты тауарларға, жұмыстарға, қызметтерге, мәдени іс-шаралар мен қызметкерлердің іссапарларына, сондай-ақ Қазақстан заңнамасында көзделген басқа да мақсаттарға тапсырыстар орналастырылуы мүмкін [1,2,3].

Бір жеткізушіден сатып алу – жеткізушіні анықтаудың тәжірибеде кең тараған әдісі, оның мәні қысқа мерзімде тұтынушыға белгілі сатушыдан бәсекелестік процедураларды жүргізбей тауарды сатып алу.

Бәсекелестік әдістердің артықшылықтары айқын, өйткені көптеген ұсыныстардың ішінен тапсырыс беруші нұсқаларды салыстыру негізінде және мемлекеттік қаражатты жұмсаудың тиімділігі және мақсаттарға жету тұрғысынан ең қолайлысын таңдай алады.

Бірақ мемлекеттік сатып алу конкурстық тәсілмен ұйымдастырылып, бұзушылықсыз өтуі үшін сатып алынатын тауарға, сондай-ақ өнім берушілердің біліктілігіне қойылатын талаптар, жеңімпазды таңдау критерийлері алдын ала әзірленіп, әлеуетті қатысушыларға жеткізілуі тиіс. Конкурстық комиссия өнім берушілердің өтінімдерін бағалайды және қажет болған жағдайда сарапшыларды тартады.

Конкурстың жеңімпазы-келісімшартты орындаудың оңтайлы шарттарын ұсынған өнім беруші. Комиссия конкурсқа қатысушылардың өтінімдерін бағалау кезінде тек құндық өлшемдерге ғана емес, басқа да өлшемдерге, атап айтқанда тауар сапасына да назар аударады.

Сонымен қатар, мемлекеттік сатып алу республикалық бюджеттен қаржыландырылады және елдегі әлеуметтік - экономикалық жағдай, халықты сапалы тауарлар мен қызметтермен

қамтамасыз ету, бизнесті дамыту және қолдау, мемлекеттік бағдарламалар мен ұлттық жобаларды іске асыру олардың тиімділігіне байланысты.

Қазіргі уақытта Қазақстанда мемлекеттік сатып алу веб-порталы жұмыс істейді, ол мәліметтерді жариялауға, қатысушыларды тіркеуге, сатып алуды жоспарлауға, құжат айналымын электрондық форматта жеңілдетуге ғана емес, сонымен қатар сатып алу процесін нақты режимінде жүргізуге мүмкіндік берді.

Мемлекеттік сатып алу саласындағы мемлекеттік ережелер мен нормативтік-құқықтық актілерге тегін қол жеткізетін ашық мемлекеттік платформаны құру және оның жұмыс істеуі Қазақстан Республикасының Заңында белгіленген мемлекеттік сатып алу процесінің ашықтығы қағидатын қамтамасыз етуге қосылған үлкен үлес болып табылады деп айтуға болады [4,5].

Дәстүрлі әдістермен салыстырғанда электрондық мемлекеттік сатып алудың белгілі артықшылықтары бар. Біріншіден, интернет-технологиялардың арқасында тіркеу және тұрғылықты жеріне қарамастан қатысушылардың үлкен санына ақпаратқа қол жеткізу қамтамасыз етіледі. Яғни, мемлекеттік сатып алуға қатысуға тең жағдай жасалып жатқанын атап өтуге болады. Нәтижесінде қатысушылар арасындағы бәсекелестік күшейіп, қолайлы жеткізушіні таңдауға мүмкіндіктер артады.

Екіншіден, электрондық мемлекеттік сатып алуды өткізу көптеген қағаздарды толтырудан босатады, рәсімдердің ашықтығын қамтамасыз етеді, барлық кезеңдерде камералдық бақылауды жүзеге асыруға мүмкіндік береді және осылайша сыбайлас жемқорлық құбылыстары мен құқық бұзушылықтардың туындауының алдын алады.

Электрондық мемлекеттік сатып алу тапсырыс берушілердің конкурстық құжаттаманы әзірлеуге, жариялауға, оған өзгерістер енгізуге, өтінімдерді жинауға және өндеуге уақытын айтарлықтай үнемдейді. Осыған байланысты біліктілік талаптарына сәйкес келетін жеткізушілерді табу, ең жақсы ұсынысты таңдау және келіссөздер жүргізу процедуралары жеңілдетілген.

Веб-порталда тапсырыс берушіге, ұйымдастырушыға және өнім берушіге қажетті нұсқаулықтар, жоспарланған мемлекеттік сатып алу туралы ақпарат орналастырылған. Мемлекеттік сатып алуға жосықсыз қатысушылардың, мемлекеттік сатып алуға қатысушылардың, келісім-шарттардың, шағымдардың тізілімдері бойынша статистикалық ақпарат алуға болады.

Барлық сатып алу рәсімдері нақты регламенттелген, нәтижесінде мемлекеттік және қоғамдық бақылау күшейіп, мемлекеттік сатып алуға қатысушылардың жауапкершілігі едәуір артты.

Дегенмен, веб-порталдың мониторингі және шағымдарды талдау сатып алудың барлық кезеңдерінде: жоспарлауда, конкурстық құжаттаманы дайындауда, тендерлік өтінімдерді қарауда, конкурстың қорытындысын шығаруда және шарт жасасуда, шартты рәсімдеу мен төлем жасауда әлі де бұзушылықтар орын алатынын көрсетті. Атап айтқанда, жоғарылатылған баға бойынша бюджетті жоспарлау, құпиялылық саясатын бұзу, конкурсқа заңсыз жіберу, жалған ақпарат беру, өтінімді негізсіз қабылдамау, тапсырыс беруші мен жеткізушілер тарапынан бұзушылықтар.

Нәтижелерді талқылау. Электрондық форматта сатып алуды өткізудің толық циклына көшу, веб-порталды мемлекеттік органдардың ақпараттық жүйелерімен интеграциялау, бір көзден өткізілетін сатып алу үлесінің қысқаруы мемлекеттік сатып алуды жеңілдетуге, сыбайлас жемқорлық тәуекелдерін азайтуға және мемлекеттік сатып алуға қатысушылардың жауапкершілігін арттыруға ықпал етті.

Сонымен қатар, мемлекеттік сатып алу жүйесіндегі бұзушылықтардың негізгі себебі - заңнаманың және бақылау тетігінің жетілмегендігі, сыбайлас жемқорлық схемалары және қатысушылардың кәсібилігінің жеткіліксіз деңгейі.

Қорытындылар. Электрондық мемлекеттік сатып алу кедергілерді жою және көбірек қатысушыларды тарту, бәсекелестік орта құру және нәтижесінде сатып алу бағасының төмендеуі, жедел ақпарат алмасу, ұйымдастырушылық шығындардың төмендеуі және сатып

алуды өткізу мерзімдерінің қысқаруы, бұзушылықтарды жедел анықтау және жолын кесу есебінен мемлекеттік қаржы ресурстарын айтарлықтай үнемдеуге мүмкіндік береді.

Бұдан мынадай қорытынды жасауға болады: қазіргі уақытта мемлекеттік сатып алу жүйесін одан әрі жетілдіру, сыбайлас жемқорлыққа жол бермеу және құқық бұзушылықтың алдын алу маңызды міндет болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. О государственных закупках. Закон Республики Казахстан от 4 декабря 2015 года № 434-V ЗРК// <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z150000434>
2. Система государственных закупок: теоретический и практический аспекты: монография / под ред. Л. И. Юзвович, Н. Ю. Исаковой. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2019. – 233 с.
3. Самолысов П.В., Булгакова М.А. Контрактная система в сфере государственных закупок в России: учебник / под науч. ред. Н. В. Павличенко. – М. : Академия управления МВД России, 2020. – 302 с.
4. Портал государственных закупок // https://egov.kz/cms/ru/articles/economics/procurement_portal
5. Оценка систем государственных закупок Республики Казахстан и Акционерного общества «Фонд национального благосостояния «Самрук-Қазына»// <https://www.mapsinitiative.org/assessments/Kazakhstan-MAPS-Final%20Report-2020-Rus.pdf>

ОҢТҮСТІК ЭКОНОМИКАЛЫҚ АУДАНДА ЖЕМІСТЕРДІ ӨНДЕУ КЛАСТЕРІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ӘДІСІ

Юлдашев Ж.К.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
ГиМУ, 3 курс

Ғылыми жетекші: Абралиев О.А.,
э.ғ.д., профессор

Түйіндеме

Мақалада Оңтүстік экономикалық ауданда жеміс-жидеккөндірістік кластерін қалыптастырудың әдістері қарастырылған. Кластерді құрудың 3 кезеңі берілген: алдын-ала, негізгі және қорытынды. Бәсекеге қабілетті өнімдерді өндіруге инновациялық технологияларды қолдану қажет. Себебі бәсекеге қабілетті өнімдер заманауи технологиямен жасалады. Кластерді қалыптастырудың теориялық негіздері зерттелді. Кластерлердің дамуы тұрақты инновациялық дамуды қолдайтын және аймақтағы өсімдік шаруашылығы өнімдерін терең өңдеу арқылы бәсекеге қабілеттілігін және жалпы алғанда агроөнеркәсіп кешенін жетілдіретін танылған құрал болып табылатыны көрсетілді. Ауыл шаруашылығы қызметін ұйымдастырудың кластерлік нысанын пайдалану елдің бірқатар заңнамалық, нормативтік және бағдарламалық құжаттарында көзделген

Зерттеудің мақсаты-өсімдік шаруашылығы өнімдерін терең өңдеу бағытында кластерді құрудың әдістемесін қалыптастыруды зерттеп. Оның тиімділігі жөнінде ғылыми ұсыныстар жасау

Әдіснама-зерттеу барысында өсімдік шаруашылығындағы кластерлік қалыптастыру әдістемесі бойынша аналитикалық әдістер қолданылды

Бірегейлігі/құндылығы – жемістерді терең өңдеу бағытында кластерді қалыптастыру әдістемесінің маңыздылығы мен өзектілігін анықтап отыр.

Зерттеу нәтижелері – өсімдік шаруашылығындағы жемістерді өңдеудің кластерлік әдістерді қалыптастыруды жетілдіруге мүмкіндік тудыратын теориялық қағидалар мен іс-тәжірибелердің қорытындылары мен нақты ұсыныстарды пайдалану мүмкіндігімен анықталады

Түйін сөздер: азық-түлік, аймақ, жемісті өңдеу кластерін қалыптастыру алгоритмі, жемістерді өңдеу кластерін қалыптастыру әдісі, оңтүстік аймақ, өсімдік шаруашылығы, тиімділік

Жаңа Қазақстан құру бағытында халқымызды отандық сапалы азық-түлікпен қамтамасыз жасау өте өзекті және оның экономикалық тиімділігі айқын. Ұлттық экономикада аграрлық саланың өсімдік шаруашылығының өнімдерін терең өңдеуі өз деңгейінде емес, импорттың жоғары үлесі экспорттың төмен деңгейі, бұл жағдай еліміздің азық-түлік қауіпсіздігіне қауіп төндіреді [1]. Еліміздегі 19,7 млн халқымызды отандық азық-түлік өнімдерімен қамтамасыз жасау мәселесі өзекті және оның маңызы арта береді. Бүгінгі кезде отандық азық-түлікпен қамтамасыз жасау 60 %, ал болашақта 80 % жеткізу міндеті тұр. Өлемнің дамыған елдерімен бәсекеге түсе алатын жеміс-жидекті өңдеу кластерін қалыптастыру мемлекетімізді дамытудың басым бағыты болуы керек. Елімізде оның алғы шарттары бар: 9 млн. еңбек ресурстары, 24 млн егістік алқаптарымыз, ауылшаруашылығы саласында терең өңдеуді қажетсінеді. Себебі, нарықты зерттеу және саралау нәтижелері ескерілмейді, ғылыми ұсыныстар басшылыққа алынбайды. Осыдан кейін өзекті ауылшаруашылығындағы мәселелерді айтпағанда жеміс-жидекті терең өңдеу мәселесі үлкен, ауқымды және күрделі тақырып екенін байқатты.

Оңтүстік экономикалық ауданға 5 облыс кіреді: Алматы, Жамбыл, Жетісу, Қызылорда, Түркістан. Осы өңірде 6352862 тұрғын бүкіл еліміздің ауылдық жерде тұратын адамдарының 58 % тұрады. Қазақстандағы суармалы жерлердің 78 % орналасқан, жеміс-жидектердің 80 % осы өңірде өсіріледі.

Көкөністер мен жемістерді терең өңдеу – өнімнің сапасын сақтауға және жақсартуға, сондай-ақ сақтау мерзімін ұзартуға бағытталған процесс. Өңдеуге ұсынылған әдістердің кез келгенінде консервілеуді қамтуы мүмкін. Жемістер мен көкөністерді консервілеу өнімді ұзақ уақыт бойы жаңа күйде сақтауға және сақтау мерзімін ұзартуға көмектеседі. Сондай-ақ, бұл шараның мақсаты - шіру мен бұзылудан болатын өнімнің жоғалуын барынша азайту. Сақтау шарттары зиянды бактериялардың дамуына және деструктивті процестердің кейінгі дамуына жол бермеуі керек. Жемістердің бастапқы қасиеттерін ұзағырақ сақтау үшін инновациялық әзірлемелерді пайдалану бүгінгі күні өзекті болып табылады. Оңтүстік экономикалық ауданда орналасқан 5 облыстардың жеміс-жидектерін терең өңдеу арқылы ішкі және сыртқы нарық кеңістігіне экологиялық таза, құрамында витаминдер мен минералдар сақталған өнімдерді шығара алуға мүмкіндік аламыз. Ең бастысы бұл азық-түліктерде консерванттар мен бояғыштар болмайды және инновациялық қаптамалар оларды ұзақ сақтауға, алыс қашықтауға тасымалдауға мүмкіндік берер еді,

Жеміс-жидекті өңдеу кластерін құру әдістемесі тізбектелген 3 кезеңнен болуы тиіс [2]: алдын-ала, негізгі және қорытынды (аяқтайтын), 1 сурет.

1. Алдын-ала кезеңінде қажет:

- аймақта жеміс-жидекті өңдеу кластерін құрудың мақсаттылығын (орындылығын) негіздеу;

- кластерлеу әлеуетін, оңтүстікте 5 облыста орналасқан өндірістердің, кәсіпорындардың және инфрақұрылымдық ұйымдардың бәсекелестік артықшылықтарының болуын, осы артықшылықтарды біріктіру және оларды бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін пайдалану мүмкіндігін бағалау;

- өңірлік ерекшеліктерді, салалық ерекшеліктерді және кластерге әлеуетті қатысушыларды ескере отырып, кластерлерге қатысты өңірлік органдардың саясатын ресімдеуді қоса алғанда, оңтүстік өңірде кластерлерді құру және дамыту бағдарламасын әзірлеу.

2. Негізгі кезең - оңтүстік өңірде кластерді дамыту бағдарламасын іске асыру болып табылады, оның мазмұнына мыналар кіреді:

- кластерлік жобаларды іске асыру бойынша үйлестіру кеңесін құру, оның мақсаты кластерлік жобаны жоспарлау және іске асыру, кластер

- қатысушыларының мүдделерін лоббирлеу, ішкі қайшылықтарды шешу, қызметті үйлестіру, дамуға жәрдемдесу;

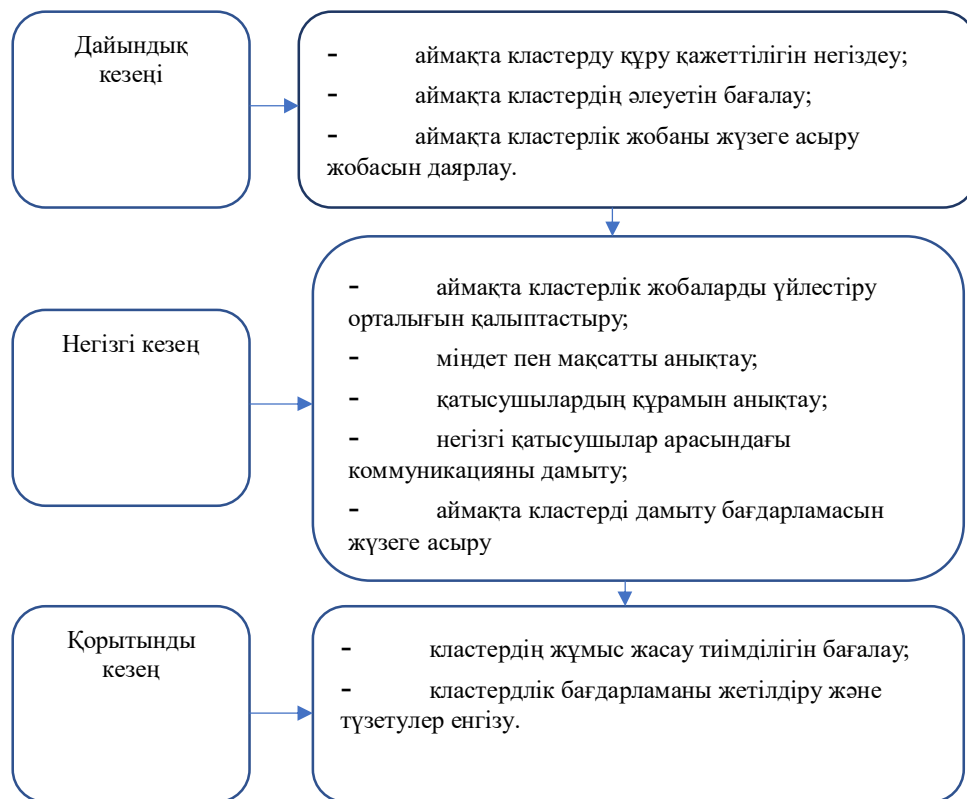
- аймақтық кластердің мақсаттары мен міндеттерін нақты анықтау;

- кластердің негізгі қатысушыларының құрамын анықтау, яғни өнімді жасау және экспорттау процесінде бір-бірімен өзара байланысты өндірушілер, жеткізушілер, тұтынушылар, сондай-ақ инженерлік және әлеуметтік инфрақұрылым объектілерінің тізбесі, кластерлік бейіндегі әзірлемелерді жүзеге асыратын ғылыми-зерттеу ұйымдары, жобаға қатысатын кәсіпорындар үшін мамандар даярлайтын оқу орындары;

- кластердің негізгі қатысушылары арасындағы коммуникацияларды дамыту.

3. Қорытынды кезеңде - мониторинг негізінде өндірістік кластерлердің жұмыс істеу тиімділігі бағаланады және олардың дамуын мемлекеттік қолдаудың нысандары мен әдістері нақтыланып түзетулер енгізілуі керек.

Оңтүстік экономикалық аймақта жемісті өңдеу кластерін қалыптастыру алгоритмі 1 суретте келтірілген.



1 сурет – Оңтүстік экономикалық аймақта жемісті өңдеу кластерін қалыптастыру алгоритмі [3]

Инновациялық кластерді құру және пайдалану жаңа технологияларды дамытуды жеделдету, жаңа технологияларды зерттеу мен әзірлеу үшін ұйымдастырушылық, экономикалық және әлеуметтік жағдайларды одан әрі жақсарту, оларды одан әрі коммерцияландыруға жәрдемдесу мақсатында жүзеге асырылады. Кластерлік тәсілді жүзеге асыру бірқатар артықшылықтарды қамтамасыз етеді: тікелей шетелдік инвестицияларды тарту, аймақтардың құрылымын өзгерту, жұмыспен қамту мәселесін шешу, инновация саласындағы ынтымақтастық, білікті кадрларды даярлау және олардың біліктілігін арттыру, өндірістік кооперация т.б.

Жеміс-жидек өңдеу саласында кластерді қалыптастыру әдісі оңтүстік экономикалық ауданның 5 облысында өсімдік шаруашылығы өнімдерін терең өңдеуге мүмкіндік береді, өйткені өңірде дамыған инновациялық технология және кластерлік тәсілді жүзеге асыруға объективті ықпал ететін өндіргіш күштер бар. Аймақтағы еңбек ресурстарын жұмыспен қамтылады, халықтың әлеуметтік-экономикалық деңгейі артады. Бүгінгі кезде әлемде жаһандану үрдісі жүріп, инновациялық технологиялар өте жылдам дамуда, оны тежеу мүмкін емес. Мемлекетіміздің ауыл аймақтық саясатының негізгі міндеті-нарықтық

экономика жағдайында елді мекеннің бәсекеге қабілеттілігін, оның өндірістік-ресурстық әлеуетін толық пайдалану арқылы ауыл халқын жұмыспен қамту және тұрғындардың өмір сүру деңгейін арттыру. Ауыл аймақтардың тиімді дамуы нарықтық экономика жағдайында құндылық жасау арқылы белгілі бір факторлар мен әлеуетті пайдалануды білдіреді. Экспортқа қазақстандық сапалы азық-түлік өнімдерін шығаруға қол жеткізеді. Сондай-ақ, ақпараттық өзара іс-қимылды орнату және шетелдік тәжірибені ескере отырып, қалыптасқан кластерлердің тәжірибесін пайдалану үшін өңірлік және өңіраралық кластерлік бастамалар бойынша бірыңғай республикалық дерекқорды қалыптастыру керек.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. "Инновациялық технологиялар паркі" инновациялық кластері туралы заң// 2014 жылғы 10 маусымдағы №207-V, Заңы толықтырулар ҚР Заңы 2022.07.03
2. Ильин В.А., Шабунова Экономика региона-Москва: ИНФРА-М, 2021-358 с.

IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONTEXT OF ESG: WORLD PRACTICE

Serikakhmetova A.B.

Al- Farabi Kazakh National University, High School of Economics and Business
Management, Master 1st course

Scientific Adviser: Adambekova A.A.
Doctor of Economics, Professor

Abstract

In this paper authors discuss concept of ESG (environmental, social, governance), which refers to three key areas that companies should take into account when assessing their sustainability and social responsibility, is growing in popularity around the world. The list of companies that successfully implement CSR concepts into the organization structure include well-known companies such as Microsoft, Nike, Coca-Cola, Intel, Nestle, which are considered in this article

Key words. Corporate social responsibility, environmental, social, governance factor

Introduction

Currently, the concept of ESG (environmental, social, governance), which refers to three key areas that companies should take into account when assessing their sustainability and social responsibility, is growing in popularity around the world. Environmental factors refer to a company's impact on the natural environment, such as their carbon emissions and resource consumption. Social factors include a company's impact on people, including employees, customers, and the community. Also these factors refer to labor practices, diversity and inclusion, and community engagement. Governance factors focus on a company's internal management structure, policies, and decision-making processes [1].

Corporate social responsibility (CSR) and ESG are closely related as they are both promoting sustainability and social responsibility in business [2]. In recent years, consumers, investors and other stakeholders have increasingly demanded companies to be more transparent about their CSR efforts and demonstrate their commitment to sustainability and social responsibility. As a result, many companies are now integrating CSR into their core business strategies and investing in initiatives to reduce environmental impact, promote social inclusion, and improve governance and ethical standards.

Foreign scientists such as A. Carroll, E. Freeman, M. Porter, J. Elkington, F. Kotler, T. Sivaeva talked on this topic in their studies. However, in the context of modern global economic challenges, it is necessary to study new approaches to CSR, which are used by the world's leading companies in recent years.

The purpose of this article is to study the CSR concepts development in the practice of global companies.

Companies Concepts of CSR implementation. Companies that successfully implement CSR concepts can be considered more ethical, responsible, and sustainable because they are going beyond what is required of them by law and considering the impact of their actions on society and the environment. This positive perception can result in benefits for both the business and society, such as improved brand reputation, customer loyalty, and relationships with suppliers, as well as contributing to a more sustainable and socially responsible world [3].

The list of companies that successfully implement CSR concepts into the organization structure include well-known companies such as Microsoft, Nike, Coca-Cola, Intel, Nestle, which are considered in this article.

Microsoft - a multinational technology company that develops and sells software, consumer electronics, and computer services. The company is based in Redmond, Washington and is best known for its Windows operating system, Office suite, Xbox gaming consoles, and cloud computing services. In recent years, Microsoft has made a strong commitment to sustainability and corporate social responsibility to become carbon negative by 2030, meaning it will remove more carbon from the environment than it emits. Microsoft has also pledged to become water positive by 2030, replenishing more water than it consumes. To achieve these goals, Microsoft has invested heavily in renewable energy, such as wind, solar, and hydropower, and has set a target to power its operations with 100% renewable energy by 2025. The company has also implemented sustainable practices in its supply chain, such as using more sustainable packaging and reducing waste [4]. In addition to its sustainability efforts, Microsoft has also been recognized for its social responsibility initiatives. These include its focus on accessibility and inclusion, support for education and skills development, and advocacy for privacy and digital safety. The company has also pledged to donate \$1 billion in cloud services to non-profit organizations and university researchers over five years [5].

Overall, Microsoft's commitment to sustainability and social responsibility has positioned it as a leader in CSR and a role model for other companies looking to make a positive impact on the environment and society.

Nike is a well-known corporation that designs, develops, and sells athletic footwear, apparel, and accessories. The company was founded in 1964 and is headquartered in Beaverton, Oregon. Nowadays the company has set ambitious goals to reduce its environmental impact, such as using more sustainable materials in its products and reducing waste in its supply chain. Nike has also committed to sourcing all of its electricity from renewable energy sources by 2025.

Nike's internal CSR approaches are focused on creating a positive impact on its employees and the communities in which it operates. The company believes that investing in its employees' well-being and providing a positive work environment is essential to its success. Another Nike's key internal CSR initiative is diversity, equity, and inclusion (DE&I). Nike has also implemented several programs to support employee well-being, including mental health support, family leave policies, and flexible work arrangements [6].

Coca-Cola is a global corporation that specializes in producing and selling a wide range of non-alcoholic drinks, including bottled water, juices, and soft drinks. It was founded in Atlanta, Georgia in 1886 and has since grown to become one of the largest beverage companies in the world, with a presence in more than 200 countries. Recently, Coca-Cola has been placing a greater emphasis on sustainability and corporate social responsibility. The company works on decreasing its environmental impact, including reducing its carbon footprint and water consumption. Additionally, Coca Cola has pledged to use only sustainably-sourced ingredients for its products by the year 2020.

Coca-Cola also places importance on ethical and responsible business practices, including labor rights and human rights. The company has established various policies and initiatives to ensure fair and safe working conditions for its employees, including a Supplier Guiding Principles program that outlines expectations for suppliers' ethical and responsible practices. Workers must

also be paid fairly for their work, and they must have the right to join unions and engage in collective bargaining. The company offers a range of training and development opportunities to help employees build new skills and advance in their careers. Coca-Cola also provides a range of benefits to its employees, such as health insurance, retirement plans, and paid time off. Coca-Cola has also received recognition for its social responsibility efforts, which have included initiatives to promote healthy lifestyles and address issues related to poverty and economic inequality. The company has launched several programs to aid local communities, including its "5by20" initiative, which aims to empower 5 million women entrepreneurs economically by the year 2020 [7].

Furthermore, Coca-Cola has implemented measures to improve the sustainability of its packaging by using more recycled materials and developing plant-based solutions. The company has also initiated various campaigns to promote recycling and reduce waste.

Nestle is a Swiss multinational food and beverage company that is one of the largest in the world. Founded in 1866, Nestle's products include a wide range of foods and beverages, including baby food, bottled water, coffee, chocolate, and pet food. Nestle operates in more than 190 countries worldwide and employs over 300,000 people. Now Nestle is placing a strong emphasis on sustainability and corporate social responsibility (CSR). The company has set several ambitious targets for reducing its environmental impact, such as achieving zero net greenhouse gas emissions by 2050 and ensuring 100% of its packaging is recyclable or reusable by 2025. Company also has health and wellness programs that provide its employees access to fitness centers, smoking cessation programs, and mental health support services. Special attention is paid to work-life balance (recognizing the importance of work-life balance and offering flexible working arrangements, telecommuting, job sharing, and flexible hours). Nestle has also launched several initiatives to address social and ethical issues, such as improving the welfare of farmers and workers in its supply chain and promoting responsible sourcing of raw materials. The company has a "Creating Shared Value" approach, which focuses on generating value not only for shareholders but also for society and the environment [8].

Moreover, Nestle has been working to improve the nutritional value of its products and has set targets for reducing sugar, salt, and saturated fat in its foods and beverages. The company has also launched several programs to support healthy living and sustainable agriculture.

Procter & Gamble (P&G) is a multinational consumer goods company based in Cincinnati, Ohio, USA. The company was founded in 1837 by William Procter and James Gamble, and it has since grown to become one of the largest and most successful companies in the world. P&G has been committed to corporate social responsibility and sustainability to reduce its environmental impact, such as achieving zero manufacturing waste to landfill, reducing greenhouse gas emissions, and using renewable energy sources. P&G has also committed to sourcing all of its palm oil, paper, and pulp sustainably by 2020. In addition to its sustainability efforts, P&G has also been recognized for its social responsibility initiatives, such as its efforts to promote gender equality and diversity in the workplace.

The company has launched several programs to support women's education and economic empowerment, including its "We See Equal" campaign, which aims to create a gender-equal world. P&G has a strong focus on employee well-being and development, offering benefits such as flexible working arrangements, comprehensive health care coverage, and career development programs [9].

CSR approaches generally divided into two groups (internal and external) depending on companies' investment focus and responsibility associated with it. The table 1 below lists the internal and external CSR approaches of the selected five companies.

Table 1

Internal and external CSR approaches

	Company name	Internal CSR approaches	External CSR approaches
--	--------------	-------------------------	-------------------------

	Microsoft	<ul style="list-style-type: none"> • Employee benefits and development; • Diversity, equity and inclusion (DE&I) • Ethical business practices; • Advocacy for privacy and digital safety; 	<ul style="list-style-type: none"> • More carbon disposal from the environment than company emits; • More water replenishment than company consumes; • Using 100 % renewable energy • Donations to non-profit organizations and university researchers
	Nike	<ul style="list-style-type: none"> • promote worker rights • DE&I • investing in its employees' well-being • mental health support • family leave policies • flexible work arrangements 	<ul style="list-style-type: none"> • using more sustainable materials in company's products • reducing waste in its supply chain • using renewable energy • provide access to sport for underprivileged children around the world
	Coca-Cola	<ul style="list-style-type: none"> • training and development opportunities • health insurance • retirement plans • paid time off. • right to join unions and engage in collective bargaining • fair and safe working conditions 	<ul style="list-style-type: none"> • reducing company's carbon footprint, water consumption and waste • using only sustainably-sourced ingredients for company's products • promoting healthy lifestyles • issues related to poverty and economic inequality • 5by20 (empowering 5 million women entrepreneurs) • using more recycled materials and developing plant-based solutions
	Nestle	<ul style="list-style-type: none"> • improving the welfare of farmers and workers in its supply chain • promoting responsible sourcing of raw materials • health and wellness programs • work-life balance • training and development • DE&I • competitive compensation and benefits 	<ul style="list-style-type: none"> • achieving zero net greenhouse gas emissions • recyclable or reusable packages • supporting healthy living and sustainable agriculture • reducing sugar, salt, and saturated fat in its foods and beverages
	Procter & Gamble (P&G)	<ul style="list-style-type: none"> • employee well-being and development • flexible working arrangements • comprehensive health care coverage • career development programs. 	<ul style="list-style-type: none"> • achieving zero manufacturing waste to landfill • reducing greenhouse gas emissions • using renewable energy • "We See Equal" campaign (creating gender equality)

Although there are general unspoken CSR laws that align business behavior with the goals and values of the whole society, social responsibility is considered for each company individually. From the table it can be seen that all of the above companies pay special attention to environmental and social issues of the world, such as reducing greenhouse gas emissions, using renewable energy, reducing waste in its supply chain, water consumption. Individual measures for the implementation of CSR can include, for example, Procter & Gamble's "We See Equal" campaign, Coca-Cola's 5by20 (empowering 5 million women entrepreneurs) or Microsoft's donations to non-profit organizations and university researchers. Internal CSR concepts involve approaches to the formation of social packages for employees of the organization. For instance, DE&I, flexible

working arrangements, comprehensive health care coverage, career development programs, mental health support.

Conclusion

The advanced foreign experience of companies that have implemented CSR much earlier than others can be an excellent proof that CSR principles can give companies much more than just forming a positive opinion about companies. Some of these benefits include attracting and retaining professional staff, attracting new customers and increasing their loyalty, strategic cooperation with business partners, reducing operating costs, creating sustainable relationships with authorities, creating sustainable relationships with the local community, reducing non-financial and financial risks, strengthening the reputation of the organization.

Today's unstable and rather difficult situation in the world proves that at the moment CSR is almost the most pressing issue to consider for both society and companies. Thanks to the active actions of companies, tangible changes were made to resolve problematic situations in society. For example, through proactive actions in response to COVID-19, many companies have contributed and purchased equipment and tests, supported healthcare organizations in catering for employees, and much more.

REFERENCES

1. Baksha N.V., Danilyuk A.A. Corporate social responsibility. Tutorial. Tyumen: Publishing House of Tyumen State University, 2013. - 292 p.
2. Dorozhkina T.V., Krutikov V.K., Arakelyan S.A., Fedorova O.V. Corporate social responsibility. Teaching manual. Kaluga: Eidos Publishing House, 2015.-178 p.
3. Korotkov E.M., Alexandrova O.N., Antonov S.A. and other corporate social responsibility. Textbook for bachelors. /Ed. E. M. Korotkov. - M.: Publishing house "Yuraite", 2012. Microsoft Corporate Social Responsibility / Microsoft CSR/ <https://www.microsoft.com/en-us/corporate-responsibility>.
4. N. Smithson. Microsoft's corporate social responsibility strategy and stakeholders/ <https://panmore.com/microsoft-stakeholders-corporate-social-responsibility-strategy-analysis>.
5. Nike: Analysis of strengths, weaknesses, opportunities, threats. /<https://www.gurufocus.com/news/325905/nike-analysis-of-strengths-weaknesses-opportunities-threats>.
6. What's 5by20? / <https://www.coca-colacompany.com/faqs/what-is-5by20>.
7. Creating Shared Value by advancing regenerative food systems at scale/ <https://www.nestle.com/sites/default/files/2022-03/creating-shared-value-sustainability-report-2021-en.pdf?yslid=lea4rzzd1136739812>
8. P&G pushes for gender equality in new / <https://sustainablebrands.com/read/marketing-and-comms/p-g-pushes-for-gender-equality-in-new-weseeequal-campaign>

ЗУМЕРЫ КАК БУДУЩЕЕ ПОКОЛЕНИЕ УПРАВЛЕНЦЕВ

Нгуен В.Х.

Тверской филиал РАНХиГС,
Менеджмент организации
студентка 3-го курса

Научный руководитель: Макунина И. В.

к.э.н., доцент

Аннотация

В статье рассматривается актуальность использования теории «поколений» как одного из инструментов повышения эффективности управленческих решений. Особое внимание уделяется ключевым характеристикам поколения Z, на основе которых формируется предполагаемый образ зумера как будущего управленца. Для подтверждения характеристик этого поколения, полученных из литературных источников, было проведено специальное исследование.

Методология исследования: анализ литературы, обобщение, сравнение теоретических данных. В качестве основного метода исследования был выбран метод анкетного опроса

целевых респондентов, поскольку его проведение оперативно и незатруднительно, оно позволяет охватить неограниченное количество респондентов. Анкета составлена на основе пяти функций менеджмента по Анри Файолло.

Ключевые слова: теория поколений, зумеры, поколение Z, управленцы, ценности, планирование, организация, координация, контроль, мотивация.

Без чего не может существовать ни одна компания в мире? Ответ очевиден, поскольку главным признаком любой организации являются люди, она не способна функционировать при отсутствии такого неотъемлемого компонента как человеческий потенциал [1]. В связи с динамично развивающимся миром, компаниям необходимо отвечать на вызовы не только внешней среды бизнеса, но и внутренней, то есть удовлетворять актуальные потребности как покупателей, так и своих работников.

Так, организации вынуждены постоянно сталкиваться с тем, чтобы ценности, базовые установки по отношению к времени, культуре, семье, мотивации, карьерные ожидания, желаемые условия труда молодого коллектива значительно отличаются от более возрастных сотрудников, соответствовали также и запросам зумеров. Подобные существенные различия указывают на динамичность такой неотъемлемой составляющей организации как персонал, что приводит к трансформации существующих подходов, методов и инструментов управления. Следовательно, эффективность функционирования компании зависит от того, насколько грамотно выстроена система менеджмента человеческими ресурсами, которая должна обращаться к теории, практике, результатам научных исследований.

Для того чтобы понять причину различий ценностных установок, потребностей и других особенностей функционирования персонала, родившегося в разное время, необходимо обратиться к теории «поколений», которая имеет давнюю историю, но получила широкую известность, благодаря американским ученым Уильяму Штраусу и Нейлу Хоу. Первоначально теория была разработана для описания истории США, которая представляла собой сменяющие друг друга поколения. Однако модель получила мировое распространение и в настоящее время применяется для анализа процессов из различных областей деятельности [1].

Хоу и Штраус трактуют понятие «поколение» как совокупность людей, родившихся в одном промежутке времени, составляющем примерно 20-23 года, или прошедшие одну и ту же фазу жизни, например, молодость и сформировавшиеся как личности, обладающие схожими ценностями, сложившиеся под воздействием различных факторов окружающей среды [8]. Выделяют три главных признака, отличающие поколения друг от друга. Первый критерий заключается в особенностях той исторической эпохи, к которой относится рассматриваемая общность людей. Они рождаются, растут, функционируют в определенной среде и, следовательно, приспосабливаются к тем условиям, которые она диктует. Иначе говоря, поколение испытывает на себе влияние одинаковых ключевых исторических событий в течение всей своей жизни. Например, таких социальных, экономических, политических явлений, как кризис, война и даже пандемия. Согласно второму признаку, люди, рожденные в один и тот же период, объединяют общие убеждения, ценностные установки, модели поведения. Третий критерий состоит в том, что представителей одного поколения помимо общих характеристик также объединяет чувство принадлежности к данному поколению.

Теория «поколений», созданная Хоу и Штраусом является эффективной методологией, помогающей изучить различные сферы деятельности людей через призму ценностные подходы. Однако, П. М. Колмычкова и Т. В. Гудкова отмечают, что данная концепция не является строго универсальной и, следовательно, вызывает сомнения в применении по отношению к другим регионам в силу имеющихся исторических различий, политических, экономических и социальных несоответствий. В связи с этим ученые по всему миру занимаются адаптацией теории «поколений» под реалии, сложившиеся в определенной стране. Кроме того, необходимо отметить, что многие исследователи не придерживаются

четко обозначенных границ, так как смена поколений не происходит в конкретный заданный период, а главную роль в их формировании играют именно факторы окружающей среды. Более того, неточность временных рамок обусловлено тем, что люди, родившиеся в начале или в конце перехода, то есть плюс или минус 2-3 года от условных границ, образуют так называемую «пограничную» группу. Они могут обладать характеристиками как своего поколения, так и ближайшего [3].

Согласно базовой теории Штрауса-Хоу, исследователи выделили несколько поколений, каждое из которых включает в себя описание образа его типичного представителя, а именно: «величайшее поколение», «молчаливое поколение», «бэби бумеры», поколение X, поколение Y или «миллениалы», поколение Z или «зумеры» и поколение «Альфа» [5].

Однако в настоящий момент времени объектом пристального изучения многих ученых является именно поколение Z, поскольку в ближайшем будущем новый персонал компаний будет сформирован за счет этого поколения, родившегося в последние 20 лет.

По словам Ю. В. Шариковой зумеры к 2025 году будут составлять 25% всей рабочей силы, следовательно, многие организации заинтересованы в исследованиях, связанных с изучением и анализом особенностей присущих данным личностям [6]. Если ещё лет 10 назад все вокруг говорили про миллениалов, то сейчас всё активнее обсуждают зумеров. Благодаря этому именно поколение Z представляет наибольший интерес для проведения исследований. Чтобы понять какими будут будущие управленцы, необходимо взглянуть на них через призму поколенческого подхода и обратиться к ценностному профилю так называемых зумеров, к которому и относятся сегодняшние школьники и студенты [8].

Поколение Z зародилось на стыке XX и XXI веков. Как уже упоминалось ранее, четкие временные рамки его возникновения и окончания отсутствуют. Некоторые исследователи выделяют 1995 год как самую нижнюю границу периода, а 2023 как самую верхнюю. Однако большинство ученых склоняются к мнению, что первые зумеры родились в 2000 годах, а последние в 2023 году или еще даже не появились на свет [6].

Безусловно рассматриваемое поколение обладает огромным набором характеристик, ценностных установок и особенностей поведения, позволяющие ему легко функционировать в современных условиях, однако рассмотрим наиболее значимые.

Зумеров можно охарактеризовать как чувствительных, бесконфликтных, открытых к внешнему миру личностей, стремящихся к развитию, преобразованиям, эстетике и креативу. Молодое поколение очень коммуникабельно, в общении ценит честность и откровенность. Во время беседы они отдают предпочтение не тому, что им рассказывают, а тому, как это делает их собеседник, какие в этот момент выражает эмоции, использует интонации и жесты. Зумеры легко принимают и поддерживают инновации, тренды, различного рода трансформации, однако отрицают устойчивые моральные принципы, установки и стереотипы и стремятся их изменить.

Считается, что поколение Z довольно эгоцентрично, поскольку оно сосредоточено на своем внутреннем мире, уделяет большое значение собственному комфорту, каждый его представитель считает себя уникальным и неповторимым с собственным набором качеств. Поэтому лидирующее место в их ценностной иерархии занимает «духовное удовлетворение», самореализация, собственный потенциал [7].

На мировоззрение зумеров повлияло множество факторов, начиная от глобализации и заканчивая экономическим кризисом, однако, главной отличительной чертой поколения Z является наличие в их жизни цифровых технологий и виртуальной реальности, так как они первое поколение, родившееся, развивающееся в информационную эпоху и заставшее беспрепятственный доступ к интернету. По этой причине представителям данного периода дали название зумеры, которое образовано от слова «zoom», что в переводе с английского означает увеличивать, приближать, потому что они буквально с рождения осваивают функцию «зум» на смартфоне. При этом в работах исследователей также встречаются и другие определения такие, как «хоумлендеры», «центениалы».

Для зумеров интернет является неотъемлемой частью настоящего, и его информационные ресурсы оказывают значительное влияние на все сферы жизни поколения Z, в частности, Всемирная сеть является для них источником для развития, образования, мотивации, вдохновения [7]. По мнению Н. В. Азаренка, постоянное нахождение в виртуальном пространстве привело к тому, что «классического детства с друзьями во дворе у большинства из них фактически не было». В связи с этим, зумерам присущ индивидуализм, а не коллективизм.

Кроме того, благодаря влиянию глобализации, цифровизации и других факторов, поколение Z обладает эффективными и необходимыми для сегодняшнего времени способностями, которые другие поколения людей только начинают осваивать. А. Б. Кулакова отмечает, что зумеры «быстро обучаются и также быстро обрабатывают информацию, мгновенно могут переключаться с одного вида деятельности на другой и действовать в условиях многозадачности» [7]. Несмотря на все положительные аспекты «цифрового» поколения, ученые часто выделяют такие отрицательные черты характера зумеров, как психическая неуравновешенность, капризность, склонность к нарциссизму, хоумлендеры, в случае недовольства, способны устроить скандал или закатить истерику.

Различные исследователи могут лишь предполагать, какими менеджерами станут зумеры в силу их возраста. Однако на основе тех знаний, что были получены при описании типичного представителя поколения Z, можно выявить какие управленческие качества будут ярко проявляться при принятии ими решений. Итак, каков образ будущего управленца, относящегося к поколению Z?

Зумеры отличаются от своих предшественников гибкостью, способностью идти в ногу с новыми технологиями, они ловко подстраиваются к условиям быстро меняющегося мира. Различные инновационные перемены не вызывают у них дискомфорта, поскольку они выросли в эпоху активной цифровизации. Например, после наступления пандемии многие компании перешли в режим дистанционной работы. Людям пришлось осваивать различные новые способы коммуникации такие, как «Zoom», однако для зумеров эта платформа проста и понятна, поэтому они легко проводят встречи в режиме онлайн. Если поколению Z предстоит столкнуться с чем-то новым и совсем для них неизвестным, они готовы отвечать на вызовы сегодняшнего нестабильного и хрупкого мира, поскольку не боятся выходить за пределы зоны комфорта, сталкиваться и преодолевать новые испытания.

Зумерам, как будущим управленцам, свойственна высокая коммуникабельность, они открыты миру, равнодушны к чувствам других, толерантны, но, в силу присущего им индивидуализма, им придется обучаться тому, как работать в команде. Они готовы к сотрудничеству, однако с ними следует быть честными, так как согласно исследованию, проведенному агентством «BrandHouse», молодые люди этого поколения обладают высоким уровнем интуиции. Поколение Z чувствует обман и имеет «острое чутье» к сомнительной информации, так как выросли в эпоху «фейковых» новостей. Читая рекламный текст или просматривая ролик, они сразу понимают, когда информация перед ними фальшивая или нерелевантная.

Менеджеры, относящиеся к поколению Z, будут отличаться от своих предшественников наличием такой характеристики как многозадачность или «мультизадачность» — это возможность заниматься несколькими делами одновременно или быстро переключаться между ними. Они приобрели данный навык, поскольку выросли в мире, в котором темп жизни увеличивается с каждым днем. Зумеры подстраиваются под данные условия и, следовательно, скорость восприятия ими информации растет [2].

Предполагается, что будущие управленцы будут более прагматичны и рациональны, то есть приниматься будут только те решения, которые принесут пользу и желаемый результат. Исследователи объясняют это тем, что представители поколения Z росли «под прицелом технологий» на фоне усугубляющихся климатических проблем и глобальных движений вроде «MeToo» или «Black livesmatter».

Далее проанализируем поведение зумеров, применяя при этом знания о пяти функциях менеджмента, выявленных Анри Файолем.

Поколение Z редко задумывается о планировании на долгосрочную перспективу, так как предпочитает жить сегодняшним днем. Будущим менеджерам не понадобится много времени на планирование и осмысление, поскольку они быстро обрабатывают информацию, способны эффективно переключаться с одного вида деятельности на другой, гибко подстраиваясь к условиям внешней среды.

При организации производства зумеры-управленцы будут заботиться о наличии права работать удаленно или перейти на «фриланс», поскольку хоумлендеры не любят офисную работу с нормированным графиком. Так как «цифровое» поколение отличается своей индивидуальностью, руководитель должен давать возможность им участвовать в делах компании, проявлять инициативу, а также поощрять ее. При распределении обязанностей будущий менеджер учитывает тот факт, что зумерам необходимо ставить кратковременные, но четко и детально сформулированные разноплановые и желательно креативные задачи, поскольку они не любят рутинную работу и способны быстро переключать своё внимание.

Координация предназначена для обеспечения согласованности в работе всех звеньев организации. Для выполнения данной функции предполагается повсеместное внедрение инновационных технологий в различные виды деятельности. Для установления рациональных связей или коммуникаций между подсистемами организации помимо стандартных форм связи будут использоваться новые технические средства связи.

Безусловно, будущему менеджеру следует мотивировать своих сотрудников материально, поскольку зумерам важны вознаграждения, однако также для них ценны нематериальные стимулы. Поколение Z относится к тем сотрудникам, которые придают большое значение состоянию корпоративной культуры при выборе места работы. Прежде, чем выбрать компанию, хоумлендеры всегда оценивают, насколько их ценности совпадают с ценностями будущего работодателя.

Кроме того, зумер-управленец понимает роль обучения в системе мотивации, поэтому стремится не только к самообразованию, но и старается предоставить возможность персоналу получить новые знания в интересующем их направлении[4].

Как ранее отмечалось для верификации информации, которая была получена и изложена нами на основе литературных источников, мы провели небольшое исследование. Анкетирование проводилось среди студентов Тверского филиала РАНХиГС, обучающихся по направлению «Менеджмент организации». В исследовании приняло участие 30 респондентов в возрасте от 18 лет до 21 года. Анкета состояла из пяти вопросов, составленных на основе знаний функций менеджмента. У студентов была возможность выбрать один из трех вариантов ответа, который показался им наиболее соответствующим их ценностным установкам.

В связи с тем, что поколение Z только начинает заявлять о себе, а также в силу отсутствия достаточного количества знаний по данному вопросу, невозможно точно сказать, каким именно будет типичный представитель зумера-управленца. Однако, если проанализировать данные, полученные благодаря проведенному анкетированию, можно заметить соответствие результатов тому предполагаемому образу, который был описан нами ранее.

Планирование	
1) Цените стратегическое планирование и прогнозирование, четко и точно прописываете долгосрочные цели.	30%
2) Относитесь к долгосрочному планированию без особого энтузиазма, так как предпочитаете «жить сегодняшним днем».	60%
3) Редко задумываетесь о планировании на долгосрочную перспективу, однако считаете, что цели должны быть четко просматриваемыми в ближайшем будущем.	10%
Организация	
1) Организация производства при авторитарном стиле управления	0%
2) Организация производства при демократическом стиле управления	76,7%
3) Организация производства при либеральном стиле управления	23,3%
Координация	
1) Передача информации происходит чаще всего через электронную почту.	3,3%
2) Используются СМС или мессенджеры, всегда на связи. Предпочитают гуглить информацию сами. Предпочитают смотреть, а не читать.	30%
3) Общение в соцсетях, закрытых чатах, всегда онлайн. Получение контента в потоке и «из облака».	66,7%
Мотивация	
1) Больше влияние оказывают нематериальные стимулы.	6,7%
2) Больше влияние оказывают материальные стимулы.	30%
3) Влияние оказывают нематериальные и материальные стимулы.	63,3%
Контроль	
1) Предпочитаете контроль не за процессом, а за результатом. Не терпите постоянного надзора.	83,3%
2) С одной стороны, постоянный надзор вызывает у вас дискомфорт, с другой, вам важно, чтобы заметили именно вас. Вы в поиске «золотой середины».	10%
3) Спокойно относитесь к пристальному контролю, готовы подчиняться.	6,7%

Рисунок 1 - Результаты анкетирования

Таким образом, зная перечень отличительных характеристики поколения Z, к которому относятся будущие менеджеры и другие работники, работодатели могут использовать полученную информацию для разработки новой стратегии развития компании, грамотно сформировав эффективную парадигму карьерного роста сотрудников компании на основе мотивационной теории поколений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Завьялова, М. М. Талант-менеджмент через призму «теории поколений» в ГК «ХОМС» / М. М. Завьялова, Д. В. Микушина, А. А. Хороших // II Международная конференция «Цифровая трансформация общества, экономики, менеджмента и образования» : Материалы конференции, Екатеринбург, 05–06 декабря 2019 года. Том 1. – Екатеринбург: Ústavpersonalistiki, 2020. – С. 48-59. – EDN JYSZKD.
2. Колесников, А. С. Педагогические исследования: актуальность и востребованность / А. С. Колесников // Социальная компетентность. – 2021. – Т. 6, № 3(21). – С. 306-318. – EDN OWVRQG.
3. Колмычкова, П. М. Специфика продвижения арендного жилья: поколенческий подход / П. М. Колмычкова, Т. В. Гудкова // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2022. – № 4. – С. 169-192. – EDN FTDKJP.
4. Никишина Антонина Львовна, Соболева Юлия Михайловна Мотивация персонала на основе "теории поколений" // КНЖ. 2019. №1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-personala-na-osnove-teorii-pokoleniy> (дата обращения: 21.03.2023).
5. Ожиганова Евгения Михайловна Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. №1 (1). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-n-houva-i-v-shtrausa-vozmozhnosti-prakticheskogo-primeneniya> (дата обращения: 21.03.2023).
6. Шиншинова, Е. А. Мотивация персонала в контексте теории поколений / Е. А. Шиншинова, Ю. В. Шарикова // . – 2020. – № 1-1. – С. 677-680. – EDN Q1HKDF.
7. Яницкий Михаил Сергеевич, Серый Андрей Викторович, Браун Ольга Артуровна, Пелех Юрий Владимирович, Маслова Ольга Васильевна, Сокольская Марина Вячеславовна, Санжаева Римма Дугаровна, МонсоноваАрюнаРаднанимаевна, ДагбаеваСоелмаБатомункуевна, Неяскина Юлия Юрьевна, Кадыров Руслан Васитович, Капустина Татьяна Викторовна Система ценностных ориентаций "поколения z": социальные, культурные и демографические детерминанты // СИДЖ. 2019. №72. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-tsennostnyh-orientatsiy-pokoleniya-z-sotsialnye-kulturnye-i-demograficheskie-determinanty> (дата обращения: 21.03.2023).
8. Ярош, Д. М. Современное образование через призму Теории поколений / Д. М. Ярош // Мир детства в современном образовательном пространстве : Сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов / Редколлегия: И.М. Прищепа [и др.]. Том Выпуск 10. – Витебск : Витебский государственный университет им. П.М. Машерова, 2019. – С. 260-263. – EDN SFNTJG.

THE RISE OF TEENAGE ENTREPRENEURS: THE WORLD'S RESPONSE

Derin S.T.

The University of Tsukuba, School of Life and Environmental Sciences
College of Biological Science, 2nd Year

The wake of Startups

The teacher swiftly walks into the classroom as the school bell rings. She scoops up the chalk as she starts writing on the spotless blackboard; the rhythmic knock of the chalk hitting the surface echoes through the room. The kids patiently wait for her to finish writing, their eyes following her hand trying to guess what she is writing. She finishes with a dot at the end, leaving a little dust sparkle in the fresh sunlight. She turns around and reads,

“What do you want to be when you grow up?”

The kids turn to each other, waiting for someone to start the conversation when one of them raises their hand.

“I want to be an Entrepreneur” she said, with confidence and excitement in her eyes.

This dialogue would have been laughed at a decade ago. But today, it's a common sentiment among young people, even people who were previously had less privilege such as women and people of color. With the rise of social media, entrepreneurship has been made more accessible than ever before. It's no longer just a dream for the wealthy or well-connected. With the internet, anyone can start a business from their bedroom and reach a global audience. Becoming their own employer and making something completely original appeal to young people more and more. They want to oversee their own life and change the world. Is this new arrival of entrepreneurs the new normal? What are the pros and cons of their rise, and how is the world reacting to them. Such questions will be discussed in this paper.

The new acceptance of being an Entrepreneur, a reflection of Gen Z values

The general increase in accessibility to the internet has caused an uproar of fandoms surrounding world-famous CEOs such as Mark Zuckerberg, Elon Musk, and even social media influencer/ business owner Kyle Jenner. This new wave of media-connected, influencer-like entrepreneurs has introduced a new paradigm of future jobs to the newer generation, starting from the zoomer generation or also referred to as "Gen Z". Gen Z, which is referred to the generation born between 1997 and 2012 is a generation which is most widely known to have been brought through the bloom of the internet. They are described to be one of the most diverse, socially conscious generations focused on healthcare, mental health, education, economic security, civic engagement, race equity, and the environment (Warren).

Gen Z is also deeply conscious of social responsibilities and dedicated to changing the world for the better. Those who share their beliefs and actively work toward a more just and sustainable future are more likely to have their support.

A new set of values and expectations are being brought into the workforce by this generation. They place more importance on work-life balance, flexibility, and fulfilling employment than on conventional ideas of prestige and success.

And so, with more initiative and resources, and a new outlook on the future, many younger generations opt for starting their own business. In the UK alone, the number of teenagers who started a new business increased seven times compared to the last decade. The author sees that “today's young adults start twice as many businesses than their baby boomer counterparts did.” and that more and more young individuals are choosing real-world experience over formal schooling. Younger people are now holding management roles as a result of this shift, and many of them are motivated to launch their own companies, stating that “25% of 18-24s are aiming to start a business in the next 5 years” (Number of teenagers starting their own businesses up 700%).

This new trend of entrepreneurship among Gen Z and younger generations is fueled by the increased accessibility to technology and social media, which allows for easier and more affordable marketing and advertising. It also provides a platform for networking and building connections with

potential customers, suppliers, and partners. Additionally, the gig economy, which allows for short-term contracts and freelance work, has become increasingly popular and accessible through technology platforms like Uber and Airbnb.

Social Media's influence on the future CEOs

The social networking service MySpace is considered the starting point of modern social media since it was the first platform to surpass one million monthly active users, which it accomplished around 2004. From its success, YouTube and Reddit gained popularity. In 2007 there were a little more than 140 million active users. The growth becomes exponential from the year 2008 to 2010 when Facebook and YouTube both had around 500 million users. Finally, in 2018, Facebook users increased drastically to 2.26 billion, and YouTube users saw 1.90 billion users. As seen in this trend, social media is being used by billions of people who have access to the internet. Currently, around 4.89 billion people have access to and use social media (Gaubys).

In terms of which social media platforms are most used by Gen Z, Snapchat, TikTok, and Instagram are on the podium. Around 150 million Gen Z use these media. With how social media has become a planted norm for the young generation, it is assumable that it has an impact on the thoughts of the generation. There have been multiple patterns or “trends” that encourage young people to start their businesses and how-to instructions on doing side businesses to support their finances.

When you open the app TikTok and search “entrepreneur” multiple videos pop up. Some show how a person grew their business from scratch to a successful one, the inspiring words from a billionaire CEO, and current business owners spilling the “truths” of making yourself your boss. These videos reach and range from 1,000 views up to around 500,000 views, some going even higher. Most preach the opportunity of startups; that everyone with access to the internet has a chance to become the next billionaire, giving hope and aspirations of becoming a business owner.

Another aspect that has emerged is the rise of social media influencers who have built their businesses and personal brands through social media. These influencers have large followings on platforms like Instagram and TikTok and have monetized their content through sponsorships and partnerships with brands. This has created a new type of celebrity and has inspired many young people to pursue careers as social media influencers or entrepreneurs. For a generation who was brought up by generation x who focused more on stability and the repeated notion of getting a “respected job”, the fact that social media allows for their creativity, in forms such as art, beauty, and fashion which are notoriously known as unstable jobs are now respected and have an equal chance at becoming something that they can enjoy while supporting their financial livelihood.

Another trend is the rise of e-commerce businesses that are built entirely on social media. Platforms like Instagram and Facebook have made it easier than ever to set up an online store and reach customers directly through social media advertising. This has led to a boom in small businesses that operate entirely online and have been able to grow rapidly thanks to social media.

Overall, it's clear that social media will continue to have a significant impact on the future of entrepreneurship and the next generation of CEOs. As young people continue to be inspired and educated through social media platforms, we can expect to see more innovative businesses and new approaches to entrepreneurship emerging in the years to come.

The reality of young entrepreneurs in society

According to the IZA Institute of Labor Economics, Entrepreneurs: 1. drive economic growth by introducing novel technologies, products, and services that stimulate innovation. 2. foster competition, encouraging existing firms to become more competitive. 3. Entrepreneurial endeavors create new employment prospects in both the short and long term. 4. Entrepreneurship enhances the productivity of firms and economies. And 5. Accelerate structural changes by replacing established, stagnant companies (Kritikos). With these points, it's clear to see that entrepreneurs are vital to society.

However, it is also important to note that the average age of successful CEOs is 45 years old and not necessarily the younger generation (Azoulay et al.). The Harvard Business Review also said that “...young people are less common in other industries such as oil and gas or

biotechnology...” and that the young entrepreneurs that we see in media or as described as “popular imagination” are merely a result of “disproportionate exposure”. They continue to clarify that younger entrepreneurs have a heavy disadvantage in not having corporate experience, and experience is the key to having a successful startup. The most successful startups, ones that are the top 0.1% of startups based on growth in their first five years, the founders started their companies on average when they were on average 45 years old. This finding is consistent whether measuring success by employment or sales growth, or by successful exits through IPO or acquisition.

How society responds to young entrepreneurs

Starting a business is not without its challenges, and younger entrepreneurs, as stated before, often lack experience as well as financial resources compared to their older counterparts. In response to this, there has been a rise in entrepreneurship education and mentorship programs tailored specifically for younger entrepreneurs. For example, Nestlé has launched a digital platform called the Youth Entrepreneurship Platform (YEP) that aims to support new and young businesses in various areas, including food science, technology, and product and service development. It provides customized content and resources and is designed to help young entrepreneurs build knowledge, learn new skills, and gain experience (Kohli).

Another example is The Ideas for Action Competition and the Young Americas Forum. They are two examples of successful collaborations between governments, the private sector, and youth in developing countries. These programs demonstrate how effective cooperation can result in positive impacts and contribute to the development of these regions (Viguria).

Moreover, networking opportunities are also crucial for young entrepreneurs as they help them build connections and establish partnerships with other entrepreneurs, investors, and industry professionals. Networking events, conferences, and business incubators can provide opportunities for young entrepreneurs to meet potential collaborators and gain valuable insights and advice from experienced entrepreneurs.

Overall, with the right support, resources, and training, young entrepreneurs can overcome the challenges they face and make significant contributions to society by launching successful businesses that drive innovation, economic growth, and social impact.

Conclusion

With the rise of entrepreneurship among Gen Z, with increased accessibility to technology and social media, many young individuals are choosing to start their own businesses instead of pursuing traditional career paths. Social media platforms like TikTok, Instagram, and Facebook have made it easier to market and advertise, as well as network and build connections with potential customers, suppliers, and partners. Social media will continue to have a significant impact on the future of entrepreneurship, inspiring and educating the next generation of CEOs. I believe that these entrepreneurs can create a society that respects individuality and allows equity to be distributed through the values and ideals of generation Z.

REFERENCES

1. Azoulay, Pierre, et al. “Research: The Average Age of a Successful Startup Founder Is 45.” Harvard Business Review, 10 Nov. 2021, <https://hbr.org/2018/07/research-the-average-age-of-a-successful-startup-founder-is-45>.
2. Gaubys, Justas. “How Many People Use Social Media in 2023? [Updated Jan 2023].” Oberlo, Oberlo, <https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-use-social-media#:~:text=Social%20media's%20infiltration%20into%20the,increase%20from%20a%20year%20ago>.
3. Kohli, Tej. “Nestle Launches New Platform for Young Entrepreneurs: Tej Kohli Blog.” The Tej Kohli Blog, The Tej Kohli Blog, 22 Nov. 2022, <https://www.tejkohli.co.uk/nestle-launches-new-platform-for-young-entrepreneurs/>.
4. Kritikos, Alexander S. “Entrepreneurs and Their Impact on Jobs and Economic Growth.” IZA World of Labor, 1 May 2014, <https://wol.iza.org/articles/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth/long>.
5. “Number of Teenagers Starting Their Own Businesses up 700%.” HR News, 26 Feb. 2020, <https://hrnews.co.uk/number-of-teenagers-starting-their-own-businesses-up-700/>.
6. Viguria, Luis. “Why Young Entrepreneurs Are so Important.” World Economic Forum, 8 Oct. 2015, <https://www.weforum.org/agenda/2015/10/why-young-entrepreneurs-are-so-important/>.

7. Warren, Karon. "Generation Z (Gen Z): Definition, Birth Years, and Demographics." Investopedia, Investopedia, 13 Oct. 2022, <https://www.investopedia.com/generation-z-gen-z-definition-5218554>

REBUILDING UKRAINE'S AGRICULTURE SECTOR DURING THE WAR: NEW CALLS FOR UKRAINIAN AGRICULTURAL HOUSEHOLDS

S.Rotterová, Mgr.

Czech University of Life Sciences Prague (CZU)

Faculty of Economics and Management

Department of Trade and Finance

PhD student of the 2nd year of study

Scientific adviser: doc. Ing. Irena Jindřichovská, CSc.

Abstract

This paper provide analytical overview of situation in Ukrainian agricultural households and to propose the ways for raising their effectivity under current war conditions.

Introduction

After a year of Russian invasion to Ukraine, rural households are being increasingly affected by the negative consequences of the war: damaged value and supply chains, unpredictability of prices, lack of active rural population and impossible working conditions due to shelling and constant air attacks, increase in agricultural production costs for both crops and livestock activities, decreased levels of income of rural households.

In 2022 international emergency agricultural support to Ukrainian rural households was covering the urgent population's need for agricultural inputs, cash, vegetable seeds and seed potatoes to continue food production for household consumption.

To minimize the negative effects of war, Ukrainian rural households rely on diversified but limited agricultural production for their own food consumption the same as rural displaced people, the number of which is expected to be increased.

The aim of the research: to provide analytical overview of situation in Ukrainian agricultural households and to propose the ways for raising their effectivity under current war conditions.

Methodology used: general-theoretical (for ex. comparing, analysis, induction, deduction, analogy) and empirical methods (for ex. observation), modelling methods to propose to enhance the effectiveness of the EU's agrarian support for Ukrainian households.

Key words: agriculture; Ukraine; rural households; war; economic reconstruction; EU; international economic cooperation.

JEL classification: F13, F15, F17, F51, N50.

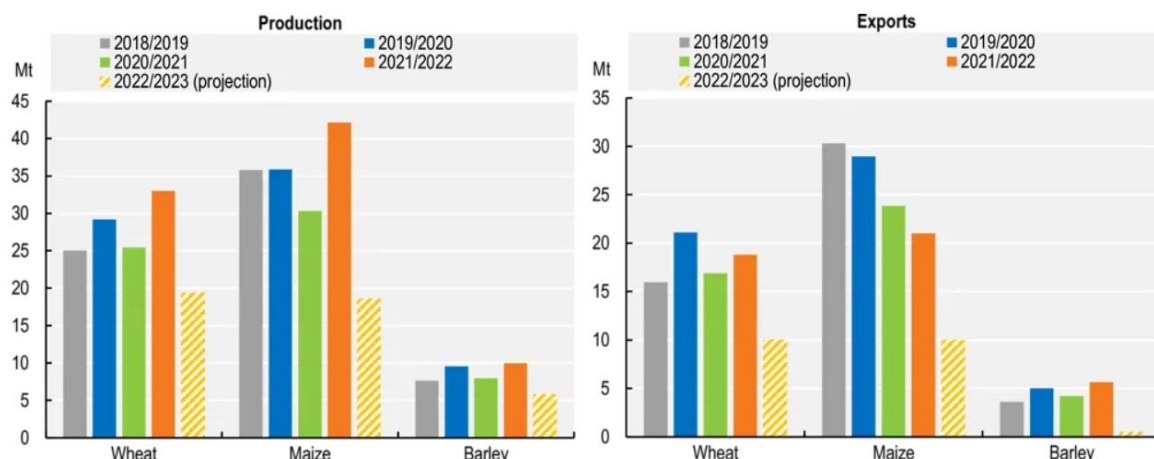
Statement of the problem and possible alternatives

Before the war, Ukraine's agricultural exports made 27.8 billion USD, which was 41% of Ukraine's overall exports, holding world leading positions in exporting sunflower oil, wheat, maize, barley, honey products. Ukraine's agribusiness sector was considered as the most promising sector of the economy with 30% of country's population living on rural territory.

After the war not only the production, exports, but food security for countries, connected with the Black Sea transportation for their imports of Ukraine's major agricultural exporting agricultural products such sunflower oil, maize, canola oil, barley, and wheat (for example, in 2020-2021 Ukraine exported about 17 million metric tons of wheat, for 2022-2023 wheat export is expected to reach maximal 10 million metric tons) has become, unreliable, insecure, and turbulent.

Figure 1

Ukraine's production and exports of main cereals



Source: The impacts and policy implications of Russia's aggression against Ukraine on agricultural markets. OECD. 2022. On-line available at: <https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/the-impacts-and-policy-implications-of-russia-s-aggression-against-ukraine-on-agricultural-markets-0030a4cd/>

Russia's attacks diminish income to Ukraine's government and the wellbeing of thousands of households, having agriculture for their livelihoods. War affects agricultural households by destruction of Ukraine's agricultural transportation and storage infrastructure, labor force, fertilizer industry, price instability, increase in production inputs. In addition to physical cut offs, the qualitative side is also being hard as agricultural productivity loses its competitiveness. In view of this, these sectors deserve particular attention among efforts to rebuild Ukraine's agriculture sector.

Current situation in agricultural house households' development is affected by numerous negative factors, creating new circumstances for their development and require completely new approaches for minimizing negative effect and finding alternative ways out¹:

Financial, land, animal, and machinery losses. As long the sharp stage of the conflict is not being ended, it is possible to estimate losses only with a large degree of error and with possible variables and upcoming risks already in the nearest future. "War" losses from agriculture and related sectors vary from \$4.4 billion to \$15 billion or 10 to 30% of GDP [9] and indirect losses (lost profits, environmental damages, etc.) can be estimated up to \$34 billion [1].

More than 5 million hectares of agricultural lands were mined, more than 5 million chickens and 250 thousand pigs, more than 100 thousand cows, hundreds of logistics facilities and more than 2000 units of agricultural machinery and cars were destroyed [8].

Possible solutions: Since the beginning of Russia's invasion to Ukraine, many international organizations (especially FAO, EU, OECD, World Bank etc.) and governments (especially, Canada, USA, Japan) are providing support to secure and support Ukrainian food systems affected by the

Ukraine's major supply chains (before war 98% of all agricultural exports from Ukraine were made through the Black Sea and 50% of sea logistics concentrated in 3 main ports: Odessa, Chornomorsk, and Pivdennyi) [13] are being harmed by war and are destroying Ukraine's agricultural infrastructure: the blockage of Black and Azov Seas hijacked Ukrainian grain shipments and were partially restarted after signing a United Nations deal to unblock Ukrainian grain exports from three Black Sea ports.

war, support the continued functioning and reinforcement of value chains in agriculture, fisheries, and forestry during conflict conditions.

For example, one of the latest support programs from the Ukrainian government in cooperation with EU, FAO, Japan, and Canada is being launched in March 2023. The program will be managed through Ukraine's State Agrarian Registry (SAR) and will be focusing on rural households, smallholder farms and small-scale agricultural enterprises. According to this program, besides simplified access to bank loans, non-refundable assistance could be received by farmers who cultivate 1 to 120 hectares of agricultural land or keep 3 to 100 cows and in addition to the storage sleeves, farmers can receive a set of equipment for loading grain [11].

Logistic losses.

Current situation remains complicated as Russia regularly bombards Odesa's seaport and important logistic border regions. All this resulted into price increase for logistic services and new calls for storage, which, in return, increased final prices for all agricultural players (big holdings, medium and smaller farms, households and consumers).

Possible solutions: Increasing the volume and decreasing costs of Ukraine's agricultural exports requires identifying and fortifying alternative routes both by sea, railway, and automobile transportation. Export through Romania and Adriatic Sea ports might be considered as alternative options. While automobile transportation between Ukraine and EU does not face any technical issues (especially after the facilitated regime for Ukrainian transport companies), railway transportation to EU must deal with a big obstacle as European railway platforms differ from Ukrainian ones. To eliminate these barriers special subsidies to produce or obtain European-sized grain hoppers and services around it are being provided to Ukraine.

Increased storage costs.

Almost 50% of Ukraine's prewar agricultural storage capacity (75 mil. metric tons) has been damaged and destroyed by war and present Russian-occupied Ukrainian territories, the storages remain filled with last year's harvest awaiting export.

Possible solutions: According to FAO's prediction on the estimated size of the 2022–2023 harvest, the storage deficit will make 16 million metric tons. In view of this FAO in cooperation with Canada, Japan and USA has started a grain storage support for Ukraine, creating polyethylene grain sleeves, grain loading and unloading machinery, and longer-term modular storage units for small- and medium-sized farms in 15 regions in Ukraine. Agency for International Development's (USAID) Agriculture Resilience Initiative for Ukraine (AGRI-Ukraine) has already committed \$100 million and is planning to gain additional \$150 million for the initiative aimed at drying, storage, and processing support for agricultural enterprises. Special attention will be also given for supporting the production of polyethylene bags, which are the most viable temporary-storage option [13].

Changes in market players, people losses and forced migration. Because of war almost 20% of active rural population had to leave farms due either to the security reasons, participation in territorial defense or because of unsuitability of territories for agricultural works [13]. In addition, many big multinational agricultural companies and holdings have limited or completely stopped their activity in Ukraine as they could not afford guarantee constant operation, keeping huge storages, providing employees with stable same level salaries.

Possible solutions: Changes in logistics and transportation (before war mostly by marine transport) technicians, operating new transportation infrastructure may require new trainings and certifications. As storage conditions are changing, farmers will require new trainings to learn how to operate machinery required for new types of storage. During the war medium sized or smaller agribusinesses demonstrated higher resistance and adaptability to new circumstances, especially in reorientation to the current needs of agricultural households: most of international support (for ex. FAO's programs) is aimed at support medium-sized and smaller farmers, not overcoming 250-1000 hectares of land bank. Rural households are reorienting their producing capacities in accordance with the resources they possess (technological, timing, profitability) to the market current demand. According to the Ukrainian Institute of Agrarian Economics, compared to 2021 in 2022 production

of grain and leguminous crops decreases by up to 30%, production of wheat — by 34%, sunflower — by 34%, barley — by 45%, and corn — by 2%. According to Ukrainian Institute of Agrarian Economics internal market demand research, this in no way affected the satisfaction of the population's internal need for grain and leguminous products. By the way, the production of buckwheat due to reseeding and changing the structure of crops will make it possible to fully meet the needs of the population and obtain certain residues [7]. Upon Mykola Solsky, Minister of Agrarian Policy, and Food of Ukraine, in 2023 the area of corn sowing is expected to decrease because of the high cost of nitrogen fertilizers, late harvesting of the current crop, and the impossibility of high-quality preparation of agricultural land for the next season. As an alternative, Ukrainian farmers will prioritize sunflower and soybeans. For 2023 the decrease is also expected for wheat and barley crops, but rapeseed is to reach at least the level of 2022 [11]. It is possible to presume that in current situation smaller and medium sized farm and agricultural households will become the market power of agriculture of Ukraine.

Decrease in life standards and economic activity of agricultural households. The results of UN survey among rural households showed that one out of four households had to reduce or completely stop agricultural production due to the war, and for some regions, including Sumsky, Dnipropetrovsky, Odesky, Chernihivsky and Mykolaivsky regions, these indicators were over 40% from all rural households in these regions. Over half of the rural households reported a decrease in income from across the country, compared with the same period last year: Sumsky region (67%), Mykolaivsky region (65%), Donetsk region (63%), and Zaporizhsky region (63%). Internally displaced persons and returnees are more affected by income decreases [12].

Possible solutions: In present situation with agricultural production being down, economic activity decreased, and sharp prices increase and 24% inflation, Ukraine is going through the period when the overall the purchasing power for the whole population will be down. Nevertheless, as it has been mentioned before, in view of their flexibility smaller and mid-sized agricultural businesses and households may afford price adaptation to the current buying power of the internal market and to benefit from subsidies and support programs from FAO and above-mentioned international organizations.

Conclusions:

Ukrainian agricultural sector is negatively affected by Russia's invasion and requires support of World community. It is still too early to make any final conclusions and do the forecasts of how the situation could evolve in the future, but based on current situations, some recommendations, for at least short horizon perspective, might be offered:

1. As the core market players will be small and medium-sized agricultural businesses, the system of providing them with necessary financial, technical, material, or informative support should be transparent, clear, with reasonable timing and minimal bureaucracy;
2. In case of investment, real-time analysis is required (for ex. real-time monitoring of food and input price volatility, trade restrictions, threads, and risks evaluation);
3. Maximal business facilitation and instant monitoring of market interventions: subsidies or lower taxes, beneficial prices for fertilizers and energy for farmers;
4. Constant further cooperation with international organizations, financial institutions to ensure international financial, technical and information support, arranging educative programs for Ukrainian farmers both on international and national level;
5. Ensuring accessibility of the support required (technical, financial, or informative) promptly and in the most effective way at all levels (making it equally possible and accessible for all scales of agricultural businesses – from smaller households to large businesses).

REFERENSES

1. Bashlyk D., Deputy Minister of Agrarian Policy of Ukraine. Media Center Ukraine. December 16th, 2022. On-line available at: <https://mediacenter.org.ua/strong-in-september-direct-losses-to-ukraine-s-agriculture-caused-by-war-amount-to-usd-6-6-billion-indirect-losses-reach-usd-34-billion-ministry-of-agrarian-policy-strong/>

2. EC.2022. Infographic - How the Russian invasion of Ukraine has further aggravated the global food crisis. December 2nd, 2022. On-line available at: <https://www.consilium.europa.eu/en/infographics/how-the-russian-invasion-of-ukraine-has-further-aggravated-the-global-food-crisis/>
3. EC. 2023. €18 billion support package to Ukraine for 2023, November 9th, 2022, Brussels. On-line available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_6699
4. FAO. 2022. Ukraine: Impact of the war on agriculture and rural livelihoods in Ukraine – Findings of a nation-wide rural household survey, December 2022. Rome. On-line available at: <https://doi.org/10.4060/cc3311en>
5. FAO. 2023. Ukraine: EU-FAO partnership to ensure recovery and development of agricultural value chains, January 2023. On-line available at: <https://www.fao.org/newsroom/detail/ukraine-eu-fao-partnership-for-recovery-of-agricultural-value-chains-040123/en>
6. Glauben, T., Svanidze, M., Götz, L., Prehn, S., Jaghdani, T.J., Đurić, I. and Kuhn, L. The War in Ukraine, Agricultural Trade and Risks to Global Food Security (2022). *Intereconomics*, 2022, 57(3), 157-163. On-line available at: <https://doi.org/10.1007/s10272-022-1052-7>
7. Gromov O. Agriculture during the war: changing priorities. Official digest of Cabinet of Ministers of Ukraine. September 13th, 2022. On-line available at: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/silske-gospodarstvo-pid-chas-vijni-zmina-prioritet/>
8. Kozachenko L. Interview with Leonid Kozachenko, President of the Agrarian Confederation of Ukraine. Official website of Ukrainian Union of Industrialists and Entrepreneurs. February 28th, 2023. On-line available at: <https://uspp.ua/news/actual/2018/vtraty-silskoho-hospodarstva-ukrainy-vid-viiny-stanovliat-ponad-35-mlrd.dol.-ale-za-10-rokiv-my-mozhemo-podvoity-vyrobnystvo>
9. Kravchenko V. The twilight of agro-holdings: how the war transforms the agriculture of Ukraine. And why, in the end, the government will drive big private companies out of the agro-industrial complex. August 5th, 2022. Official website of Ukrainian independent journalists and researchers. Available at: <https://mind.ua/publications/20245288-sutinki-agroholdingiv-yak-vijna-zminit-silske-gospodarstvo-ukrayini>
10. Laborde, D. and A. Mamun (2022), Food Export restrictions during the Ukraine-Russia crisis, Last update: 44653.
11. Solsky M. To support Ukrainian agricultural sector, large-scale simplified lending is needed. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine. December 2022. On-line available at: <https://www.kmu.gov.ua/en/news/dlia-pidtrymky-roboty-ukrainskoho-ahrosektoru-neobkhidne-masshtabne-sproshchene-kredytuvannia-mykola-solskyi>
12. UN-FAO survey. Impact of the war on agriculture and rural livelihoods in Ukraine - Findings of a nation-wide rural household survey. December 2022. Available at: <https://reliefweb.int/report/ukraine/impact-war-agriculture-and-rural-livelihoods-ukraine-findings-nation-wide-rural-household-survey-december-2022-enuk>
13. Welsh C., and Dodd E. Rebuilding Ukraine's Agriculture Sector: Emerging Priorities. CIS report on war impact on Ukrainian agricultural sector. September 13th, 2022. On-line available at: <https://www.csis.org/analysis/rebuilding-ukraines-agriculture-sector-emerging-priorities>

MANAGEMENT OF THE INNOVATION ACTIVITIES OF THE SCHOOL PEDAGOGICAL COMMUNITY IN THE DIGITAL ECONOMY

Kurbanov M.U.

Independent researcher of Kokand state pedagogical institute

Abstract

One of the main tasks facing education in the context of the transition to the digital economy is the rapid implementation of innovations in the educational system. In solving important issues in the educational and educational system, adapting the school pedagogical community to digital changes in the economy, their management is one of the pressing issues. The reform and effective management of the school is primarily associated with the reform of the pedagogical community, their role in bringing students' education to a new level. This article analyzes the information and management competencies of the head of the school in various views and approaches on the management of pedagogical communities and their development of innovative technologies.

Keywords: Digital Economy, Innovation School, innovator pedagogical community, innovation education, management efficiency, pedagogical activity, subject of management.

Introduction

In the current process of globalization, modern society is characterized by the widespread introduction of innovative cycles into all spheres, such as politics, economics, technology, and culture, social and personal life. However, if these innovations are not sufficiently introduced into the educational system, then the innovations introduced into all other areas of our society will not give its full effect. The dissatisfaction of society with the current state of education today and the awareness of the need for fundamental changes in it led to the mass character of innovative processes in education. One of the main reasons for the prevalence of innovation in education was the democratic changes in recent years, which gave innovator educators additional opportunities for freedom of pedagogical creativity and the implementation of their progressive ideas and initiatives. As a result, today there is a wide variety of pedagogical “inventions” - innovations in education, and most of them show their high continuity and efficiency when used. Unfortunately, only a small fraction of these innovations are being implemented in practice, but most of the innovations remain largely ignored regarding later application due to the “impossibility” of implementation in the field.

An important condition for the renewal of education is the change in the management of teacher activities in a general educational institution, which involves the redistribution of many rights, powers, obligations between the subjects of the educational process (students, teachers and administration), which ensures its consistent development. The art of managing people, managerial activity becomes a decisive factor ensuring the success of all changes, including changes associated with the upbringing of the younger generation. In the process of modernization of education, it is necessary to ensure the transition from the personal responsibility of the subjects of the educational space to mutual, that is, mutual relations. strengthening their role and interaction in educational policy.

Literature Review

To manage the innovation activities of educators, it is necessary: firstly, to study the research and design of the actual management process; secondly, to create conditions for innovative activities for the entire team and each teacher individually. To date, science has accumulated a certain foundation of knowledge necessary to study the problem of managing the innovation activities of teachers in general educational institutions. These are studies in the field of philosophy, pedagogy, psychology: V. problems of managing educational systems in the conditions of the current situation. S.Lazerev, O.M.Moiseeva, M.M.Potashnik, N.I.Rogovtseva, P.I.Tretyakov, P.V.Attention was paid to in the works of the Khudominskys; theoretical and methodological aspects of the social management of educational systems was noted by Russian scientists V.Afanasev, A.I.Berg.It was comprehensively analyzed by Sadovsky; scientists made a significant contribution to the development of Management Theory Research, which reflects various aspects of the management model within the school: the structure of management functions; organizational structure of the management system; management impact technology, etc. K. Babansky, I. A. Bogachek, Yu.V. Vasilev, T. M. Davydenko, V. G. Kutsenko, N. V. Nemova, V. Ya.Nechaev, A. M. Novikov, T. G. Novikova, K. M. Ushakov, I. D. Chechel has researched the key functions of intra-school management, the factors that are important for improving management in education, taking into account its structure and content.

Existing developments in this area do not adequately reflect the content and organizational aspects of the management of professional growth, the manifestation of the teacher's creative self as an individual creator of his professional biography. This creates great difficulties in ensuring the completeness of the activities of professional associations of teachers for many school leaders, scientific and methodological services, compliance of the content of their work with the established educational tasks.

Research methodology

The methodological basis of the study was V.V.Davydov, G.P.Schedrowisky, B.G.Yudin, B.F.Lomov, L.A.Established the philosophical and general scientific rules of the theory of cognition, which are the basis of Belyaeva's works; pedagogical studies in the field of school management (V.S.Lazarev, Simonov, Yu.A.Konarzhhevsky, E.A.Yamburg); Activity Theory

(L.S.Vygosky, A.N.Leontiev); methodology and theory of pedagogical research (V.I.Zagvyazinsky, M.M.Potashnik, V.I.Slastenin, R.G.Khomeriki, I.D.Chechel.); pedagogical innovations (C.Y.Vazina, O.V.Gromico, N.I.Lapin, V.I.Slobodchikov, L.S.Podymova, V.A.Slastenin, N.P.Yusufbekova); motivation of labor activity (A.S.Belkin, E.P.Ilyina, A.Maslow, D.McClelland, CA.M.Ushakov); development of an educational institution (V.S.Lazarev, M.M.Potashnik, T.I.Shamova); ideas of personal orientation in education (N.A.Alekseev, E.F.Zeer, I.S.Yakimanskaya); research on current issues of general and vocational education (A.F.Amend, W.J.Benin, J.V.Moiseeva, G.M.Romantsev, E.V.Tkachenko, N.K.Chapaev).

Results and discussions

The modern injection of the world economy is characterized by the transition to the digitization of the processes of vital activity of all people on Earth. Despite the criticism of many of the world's leading scientists and specialists, this process is irreversible and involves many new countries, penetrating into all types of modern human activity. Suffice it to say that the list of the largest companies in the world by capitalization is occupied by companies that are accelerating the digitalization [1]. Digitization of the activities of an educational organization makes it possible to increase the effectiveness of its activities by introducing all parts of the educational process into a single digital environment. In human resource management, digital technologies form transparent, consistent and measurable management processes for employees of the educational organization.

The development of the digital economy in different countries is not uniform. There are leading countries such as the United Kingdom, Singapore, the United States and China. One of the main factors in the development of digital technologies in these countries is also explained precisely by the widespread use of digital technologies in the management of education and education. There are also countries where the transition to new technologies is just beginning. According to experts, the size of the digital economy is 15.5% of the global GDP [2]. Global digitalization has changed not only the economic, but also the social views of the world. The digital age is defined by continuous data flows that include information, knowledge, ideas and innovation. The main sources of digital transformation, on the one hand, are the technologies and systems necessary for its implementation, as well as people with digital competencies. In this regard, there is a need to create such educational programs and individual educational paths that take into account the requirements of a developing digital society. In the transition to the current digital economy, first of all, the educational process in general secondary schools also imposes great obligations on the pedagogical community in digitization. The need to broadly incorporate innovation in the pedagogical community into the educational process is becoming, on the one hand, the primary needs of a developing society, while on the other hand it is also becoming the main competency that the teacher should have.

Much attention is paid to the issue of digitization in developing Central Asian countries. But digitization with old views on the educational system cannot be accelerated in education. The purpose of the study is to determine the conditions for the formation of a pedagogical team in the digital economy that can solve the practical tasks of their professional activities. The success of the transition to digitization of the economy largely depends also on the level of training of personnel in the management of education and education. Educational management processes in the digital economy differ significantly from traditional ones in both public administration structures and education. Only educational institutions, whose pedagogical team is enterprising, who use digital analysis to make decisions, have strategic thinking not only to solve the problems of the educational sphere, but also other stakeholders, to see the needs of consumers and educational opportunities, will succeed. Since the modern environment is turbulent and has a high level of uncertainty, psychological and intellectual stability, the ability to work under stress and failures is very important. Such jobs are classified by specialists as "knowledge", which is associated with one of the main indicators of the country's competitiveness.

At the same time, insufficient attention is paid to the training of personnel in the field of pedagogy and Educational Management, which has the digital competencies necessary for modern

education. The analysis of curricula testifies to the conservatism of curricula and programs that do not correspond to changes in the modern information economy.

The new generation of school leaders should easily adapt to changes in Information Technology, ways of managing education, pedagogy and the student community in New conditions, understand problems and take advantage of new opportunities. Therefore, in the process of teaching the University, the formation of professional and managerial competencies of the manager of the future educational institution in the conditions of digitization of the economy is relevant.

In our opinion, in the process of moving to the digital economy, the head of a modern school should have the following innovative competencies:

1. Creating communication and cooperation in a digital environment that involves solving life and professional tasks in collaboration with the pedagogical community through digital technologies.

2. Self-development in conditions of uncertainty is the ability to consciously acquire skills and apply them for their own development.

3. Creative thinking is the ability of teachers to innovate, produce new knowledge and use this new knowledge to solve school problems of the pedagogical community in an educational environment.

4. Information and Information Management - the ability of a person to search for the necessary sources of information and information, analyze, process information using digital tools for its effective use.

5. Critical thinking in a digital environment is the ability of a person to independently assess the value and relevance of the information received.

It would be a mistake to assume that new competencies are only related to new information technologies. The transition to a digital economy affects all areas of human activity. The conditions of Educational Management are radically changing, approaches in the field of Public Administration, social sphere, information and communication relations with educational consumers are changing. For a modern person, there are a lot of positive things in these processes, but at the same time, we cannot ignore the problems that inevitably accompany the digitization of society and the factors that slow down this process.

In our opinion, the training of educational managers for innovation education should include two interrelated processes. First, it is the development of new information and telecommunications technologies, modern software and Internet services. Secondly, it is the development of management methods and technologies using information and communication technologies in a new digital environment in a globalized economy [3]. The assigned tasks complicate the educational process and require additional costs for purchasing software, training professors, equipping study rooms with modern computer equipment in comparison with traditional methods of training graduates [4].

New technologies also affect the organization of work, contribute to the emergence of new forms and methods in the work of managers. The project and systematic approach to the organization of work, as well as the program-targeted approach, are becoming increasingly popular [5]. Due to the fact that in modern conditions, geographical factors are not decisive for the provision of current management tasks, specialists from different regions and even from different countries can be involved. Management in new forms of project implementation organization is another new task for management.

Technologies are changing rapidly, but with any innovations in the field of application of information and computer technology in pedagogical activity, the main role in the process of training the pedagogical team is played by the head of the school. Therefore, among the priorities of educational institutions, it should be noted the organization of professional development of each member of the pedagogical team in the field of new technologies. The best option when choosing a place for professional development can be educational institutions, where modern technologies are successfully mastered and put into practice, and higher educational institutions that are training personnel in this area.

Conclusion

In the current conditions, contradictions have been identified in the educational system of the country that do not allow its adequate development. In order for the training of the pedagogical team, which develops digital and innovation competencies, to be at the quality level, a certain set of tools, technologies and methods is needed. Today, educational technologies are becoming increasingly relevant, which are associated with synergistic approaches and models and are used for non-linear organization of the educational process, such as modular-block, concentric, recursive, parallel, etc.

At the same time, it is necessary to develop methodological material corresponding to these technologies, change the teaching methodology, use new approaches to communicating with educators. From the point of view of developing digital education, a modern practicing teacher should study the practice of World pedagogical trends, theoretical and practical issues of the development of modern interactive online courses, Master working tools in the era of digital transformation, have the skills to conduct the educational process in an online format.

Thus, the success of the digital economy is determined by knowledge and, therefore, by the education that creates and applies it. In the context of the digital economy, teaching has two main contexts: teaching with the competencies required in the digital economy, and the introduction of digital technologies into education for training in any field. The study shows that digitization imposes new requirements on the educational leader's pedagogical and student community management competencies. In the digital economy, the problems of the formation of competencies of the educational manager are presented. The conditions for improving the training of personnel in the field of Educational Management, capable of solving the problems that arise in the field of education in the digital economy, have been identified:

- formation of professional and managerial competencies of the future education manager, taking into account the requirements of the digital economy: development of new ICT, modern software and Internet services, as well as management methods and technologies using ICT in a new digital environment;
- providing the educational process with the necessary software, equipping study rooms with modern computer equipment, preparing the composition of professors and teachers;
- the use of effective teaching technologies that allow students to deeply understand the concepts, theories and practices of modern educational economics and management in the process of training approved educational managers in modern advanced business schools;
- correction of the work programs of the sciences, which should ensure the development of new “digital” powers.

REFERENCES

1. Доклад о цифровой экономике 2019: Создание стоимости и получение выгод: последствия для развивающихся стран.
URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf.
2. Вечный спор Apple и SaudiAramco — какая компания сейчас самая дорогая в мире по рыночной капитализации.
<https://internationalwealth.info/offshore-company-formation/top-10-samyh-dorogih-kompanij-mira/>
3. The Future of Jobs Report 2018. - http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf.
4. Боева А.В., Гордеева Н.О. Компьютерная грамотность менеджера: содержание и структура // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - № 3. - С. 18.
5. Карпова С.В. Подход к организации образовательного процесса в вузе на основе применения компьютерных технологий / С.В. Карпова, Т.В. Ререр / В сборнике: Социально-экономическое развитие региона: опыт, перспективы, инновации. Материалы III международной научно-практической конференции. - Смоленский институт экономики НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет управления и экономики». - 2015. - С. 71-76.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И КАЗАХСТАНА

Абрамова А.В.

Воронежский государственный университет
Каспийский общественный университет,
Высшая школа экономики и управления
ОП «Корпоративные финансы», студентка 2^{го} курса
(академическая мобильность)

Научный руководитель: Аманкелді Н.А.
PhD, ассоциированный профессор
Каспийский общественный университет

Абстракт

В данной работе будет рассмотрена цифровизация экономики на примере России и Казахстана, а также будет проанализировано значение цифровой экономики.

Введение

Цифровизация экономики – это процесс интеграции цифровых технологий и инноваций в экономические процессы с целью повышения эффективности, качества и скорости производства товаров и услуг, а также улучшения условий их реализации.

Цифровая экономика играет важную роль в развитии страны, так как она способствует увеличению производительности труда, снижению издержек, повышению конкурентоспособности и привлечению инвестиций. Кроме того, цифровые технологии позволяют создавать новые виды товаров и услуг, которые могут быть доступны широкому кругу потребителей, и тем самым стимулируют экономический рост и развитие.

В данной работе будет рассмотрена цифровизация экономики на примере России и Казахстана, а также будет проанализировано значение цифровой экономики.

Литературный обзор

1. В статье А. К. Журавлева, В. Н. Худайбергенова, А. И. Кайратова "Цифровизация экономики в Казахстане: проблемы и перспективы" приводится подробный анализ процесса цифровизации экономики в Казахстане. Наряду с рассмотрением основных направлений цифровизации экономики, обсуждаются проблемы, с которыми сталкивается страна в этой сфере, описывается роль государства в развитии цифровой экономики. Кроме того, рассматриваются такие аспекты, как развитие электронной коммерции, электронного правительства и образования.

2. А. В. Дружинин в статье "Развитие цифровой экономики в России: состояние и перспективы", посвященной развитию цифровой экономики в России анализирует текущее состояние цифровой экономики в России и перспективы ее развития. Статья содержит информацию о ключевых инструментах развития цифровой экономики в России, таких как создание цифровых технопарков и кластеров, а также о результатах успешных проектов в этой сфере.

3. А. С. Шамшев, И. Н. Бакытжан, Б. Е. Абдикалыков в статье "Цифровая экономика: сравнение России и Казахстана" проводят сравнительный анализ моделей цифровой экономики России и Казахстана. Авторы анализируют различия между этими двумя странами в области цифровой экономики, а также рассматривают сильные и слабые стороны каждой из них. Статья содержит рекомендации по улучшению цифровой экономики в обеих странах и описывает возможности взаимодействия между ними в этой сфере.

4. А. Байдуллин, Е. Макашова в статье "Актуальное состояние цифровой экономики в Казахстане и перспективы ее развития" рассматривают текущее состояние цифровой экономики в Казахстане, а также перспективы ее развития. В ней представлены основные инструменты цифровизации экономики в Казахстане и примеры успешных цифровых

проектов в стране. Авторы также обсуждают проблемы и вызовы, связанные с развитием цифровой экономики в Казахстане, и дают рекомендации по их решению.

5. В статье А. Сейдуали "Цифровая экономика: Казахстан - Россия" проводится сравнительный анализ цифровой экономики в Казахстане и России. Обсуждаются основные отличия в цифровой экономике между двумя странами, а также сильные и слабые стороны цифровой экономики в каждой стране. Рассматривается взаимодействие России и Казахстана в области цифровой экономики и даются рекомендации по улучшению цифровой экономики в обеих странах.

Методология исследования

В ходе написания статьи применялись следующие методы исследования: сбор информации, анализ, наблюдение, сравнение и аналогии.

Результаты и дискуссия

Цифровизация в России началась с середины 1990-х годов. В это время были созданы первые интернет-провайдеры и интернет-магазины, а также стали появляться первые компании, занимающиеся разработкой программного обеспечения. В начале 2000-х годов Россия активно развивала свою IT-отрасль, и на рынок вышло много новых компаний, занимающихся различными направлениями в области IT. Если говорить о текущем состоянии цифровой экономики в России, то на сегодняшний день цифровая экономика является одним из приоритетных направлений развития экономики России. Российские компании активно внедряют новые технологии и разрабатывают цифровые продукты и услуги. В 2020 году объем рынка цифровых технологий в России составил более 3,7 трлн рублей, что на 20% больше, чем в предыдущем году. Основными инструментами цифровизации экономики в России являются государственные программы поддержки цифровых технологий и инноваций, инвестиции в IT-компании, создание цифровых платформ и инфраструктуры, развитие образования и повышение квалификации специалистов в области IT.

Примеры успешных цифровых проектов в России:

- «Яндекс» - крупнейшая российская компания, занимающаяся разработкой поисковых систем, мобильных приложений и сервисов.

- «Mail.ru Group» - одна из крупнейших интернет-компаний в России, предоставляющая широкий спектр интернет-услуг, включая электронную почту, социальные сети и онлайн-игры.

- Сбербанк - крупнейший банк в России, активно внедряющий цифровые технологии в свою деятельность.

«Gazprom Neft» - компания, занимающаяся производством и продажей нефтепродуктов, активно использует цифровые технологии для оптимизации своих процессов и повышения эффективности добычи нефти.

Цифровизация в Казахстане началась с середины 2000-х годов. В 2006 году была принята программа "Информационный Казахстан", которая ставила целью развитие информационных технологий и увеличение доступности интернета для населения. В последующие годы правительство Казахстана активно внедряло новые технологии и создавало условия для развития цифровой экономики.

Сегодня Казахстан стремится стать лидером в области цифровизации в Центральной Азии. В 2020 году объем рынка цифровых технологий в Казахстане составил более 1,5 трлн тенге, что на 17% больше, чем в предыдущем году.

Основными инструментами цифровизации экономики в Казахстане являются государственные программы поддержки цифровых технологий и инноваций, инвестиции в IT-компании, создание цифровых платформ и инфраструктуры, развитие образования и повышение квалификации специалистов в области IT.

Примеры успешных цифровых проектов в Казахстане:

- Kaspi.kz - крупнейшая финансово-технологическая компания в Казахстане, предоставляющая услуги электронной коммерции, онлайн-банкинга, платежных систем и многое другое.

- Huawei - китайская компания, занимающаяся производством телекоммуникационного оборудования, имеет в Казахстане свой центр исследований и разработок.

- Beeline Kazakhstan - крупнейший оператор мобильной связи в Казахстане, который активно внедряет новые технологии и разрабатывает новые услуги для своих клиентов.

- QazTech Ventures - государственный фонд, который инвестирует в IT-стартапы и инновационные проекты в Казахстане.

- Smart Astana - цифровая платформа, которая объединяет государственные и муниципальные службы Астаны (столицы Казахстана), позволяя жителям города получать доступ к различным государственным услугам и информации в режиме онлайн. На платформе можно оплачивать коммунальные услуги, записываться на прием к врачу, получать информацию о расписании общественного транспорта и многое другое. Также на платформе доступна информация о культурных мероприятиях, образовательных программах и бизнес-мероприятиях, проходящих в городе. Smart Astana упрощает взаимодействие жителей города с государственными и муниципальными службами и повышает уровень комфорта городской жизни.

Основные отличия в цифровой экономике между Россией и Казахстаном:

Уровень развития цифровой инфраструктуры: Россия имеет более развитую цифровую инфраструктуру, чем Казахстан. В России более высокая скорость Интернета, большее количество доступных сетевых технологий, таких как 4G и 5G.

Уровень использования цифровых технологий: Россия имеет более высокий уровень использования цифровых технологий в различных сферах, таких как банковское дело, электронная коммерция, медицина, образование и государственное управление.

Развитие цифровой экономики: Россия более активно развивает свою цифровую экономику, уделяя большее внимание внедрению и разработке цифровых технологий, чем Казахстан.

Сильные и слабые стороны цифровой экономики в каждой стране.

Сильные стороны России:

- Более развитая цифровая инфраструктура;
- Более широкое использование цифровых технологий в различных сферах;
- Более высокий уровень цифровой грамотности населения.

Слабые стороны России:

- Недостаточная конкуренция на рынке цифровых технологий;
- Низкий уровень инвестиций в развитие цифровой экономики;
- Недостаточная поддержка цифровых стартапов.

Сильные стороны Казахстана:

- Стратегическое положение на пересечении международных торговых путей, благоприятное для развития электронной коммерции;

- Наличие государственных программ по развитию цифровой экономики;
- Растущий рынок цифровых технологий.

Слабые стороны Казахстана:

- Низкий уровень развития цифровой инфраструктуры;
- Недостаточное использование цифровых технологий в сферах, кроме электронной коммерции;
- Недостаточная поддержка местных цифровых стартапов.

Россия и Казахстан имеют давние исторические, культурные и экономические связи, и сотрудничество в области цифровой экономики является одним из важных направлений их взаимодействия.

Одним из первых значимых шагов в развитии цифровой экономики было создание в Казахстане в 2000 году IT-парка «Алатау», в котором начали работать компании-резиденты в

сфере информационных технологий. В последующие годы в Казахстане были созданы новые IT-парки, а также проведены многочисленные мероприятия, направленные на развитие IT-отрасли в стране.

В настоящее время Россия и Казахстан активно взаимодействуют в области цифровой экономики. В 2018 году был подписан Протокол о сотрудничестве между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Казахстан в области цифровой экономики. Протокол направлен на развитие сотрудничества между Россией и Казахстаном в области разработки и использования информационных технологий, а также на расширение возможностей экспорта национальных проектов и продуктов в области цифровой экономики.

Кроме того, в рамках сотрудничества между Россией и Казахстаном в области цифровой экономики были созданы совместные проекты, такие как развитие технологий искусственного интеллекта, кибербезопасности, электронного правительства и электронной коммерции. В целом, сотрудничество России и Казахстана в области цифровой экономики продолжает развиваться, и эта область остается одной из важнейших взаимодействия между двумя странами.

Выводы

Подводя итоги, можно сказать: обе страны активно развивают цифровые экономики и стремятся стать лидерами в этой области в своих регионах. Оба государства имеют крупные IT-компании и активно инвестируют в цифровые технологии и инновации. Однако, у России большой потенциал, благодаря ее большому рынку и высокому уровню технологического развития, в то время как Казахстан в этой области только начинает свой путь

В России перспективы цифровой экономики очень высоки благодаря развитию уже существующих индустрий, таких как финансы, медиа и электронная коммерция, а также благодаря развитию новых индустрий, таких как искусственный интеллект, блокчейн и квантовые технологии. В Казахстане перспективы также обещающие, особенно в области финтех и телекоммуникации, а также в сфере государственных услуг и цифровизации государственного управления.

Рекомендации по улучшению цифровой экономики в России и Казахстане. Для улучшения цифровой экономики в России необходимо продолжать инвестировать в новые технологии, развивать инфраструктуру и образование в области IT, а также повышать уровень конкуренции на рынке. Для Казахстана важно продолжать развивать свою инфраструктуру и образование в области IT, стимулировать развитие стартапов и инноваций, а также улучшать бизнес-среду для привлечения большего числа инвестиций в цифровую экономику.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. А. Назарбаев, А. Медведев "Цифровая экономика: опыт Казахстана и России" - статья в журнале "Экономист" (2019 г.)
2. «Цифровизация Казахстана: новые горизонты роста» Электронный ресурс – URL: <https://iitu.edu.kz/ru/news/digitalization-of-kazakhstan-new-horizons-of-growth/>
3. А. Калдыбаев, Ж. Бабаева "Цифровизация экономики Казахстана: текущее состояние и перспективы развития" - статья в журнале "Вестник Казахстанского национального университета" (2020 г.)
4. «Цифровая экономика РФ» Электронный ресурс – URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>
5. А. Свиначенко "Цифровая экономика России: история и современность" - статья в журнале "Экономика и управление" (2019 г.)

МЕТОДИКА КОНТРОЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Агафонова Н.П.

к.э.н., ассистент кафедры бухгалтерского учета,
ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ

Аннотация

Завершающим этапом в процедуре бюджетирования по проектам является утверждение составленных форм руководителем экономического субъекта, заказчиком и руководителем проекта и ознакомление ответственных исполнителей с плановыми показателями. Таким образом устанавливается взаимосвязь между бюджетами по проектам и ответственными исполнителями.

Ключевые слова: проект, бюджетирование, учетные регистры, внутренний контроль.

Для повышения эффективности реализации проектов бюджетирование следует рассматривать как основу для контроля проектной деятельности. Контроль в свою очередь должен мотивировать сотрудников на достижение бюджетлируемых показателей, что в целом позволяет достигать целей проекта при установленных ограничениях. Установление подобной взаимосвязи становится возможным при проведении мониторинга плановых (бюджетлируемых) показателей и фактических данных с выявлением отклонений.[3],[4],[5]

Для эффективной реализации проектов в соответствии с установленными показателями бюджетов необходимо проводить оценку их выполнения, для чего нами предлагается методика контроля в управленческом учете по проектам (табл. 1).

Таблица 1

Методика внутреннего контроля в управленческом учете по проектам

Элемент методики	Содержание
Цель	Обеспечение достижения запланированных показателей затрат и результатов по каждой фазе проекта
Объект	Затраты, результаты, доходы проектов
Субъект	Менеджер проекта, учетно-аналитический работник, сотрудник службы внутреннего контроля
Информационная база	Бюджеты по проектам, учетные данные, управленческая отчетность и учетные регистры по проектам, регламент управленческого учета по проектам, результаты опросов участников команды проекта, сотрудников экономического субъекта, стейкхолдеров
Методы	План-фак анализ бюджетов и управленческой отчетности по проектам, проверка управленческой отчетности, опрос учетно-аналитических работников
Алгоритм проведения	1. Разработка и утверждение бюджетов по проекту. 2. Выполнение контрольных процедур: 2.1. Проверка правильности составления управленческой отчетности по проектам. 2.2. Сопоставление плановых (бюджетлируемых) показателей и фактических данных в управленческих отчетах по проектам. 2.3. Опрос учетно-аналитических работников. 3. Анализ и изучение полученных результатов контрольных процедур по проекту: 3.1. Выявление причин и последствий отклонений плановых и фактических данных по затратам, доходам, результатам проектов. 3.2. Определение качества работы системы управленческого учета по проектам. 4. Принятие управленческих решений по устранению отклонений и нарушений. 5. Контроль исполнения принятых решений
Источник: составлено автором на основании [2].	

При осуществлении контроля по проектам рекомендуется проводить опрос учетно-аналитических работников для определения соблюдения регламентированных процедур управленческого учета по проектам. К одной из составляющих внутреннего контроля по проектам можно отнести проверку правильности и достоверности формирования управленческой отчетности по проектам, которая в последующем предоставляет основную

информацию для комплексной оценки эффективности реализации проектов. Для проведения такой проверки нами сформированы методические указания по проведению внутреннего контроля управленческой отчетности по проектам (табл. 2).

Таблица 2

Методические указания по проведению внутреннего контроля управленческой отчетности по проектам

/п	Формы (регистры) управленческой отчетности по проектам	Способ проверки
	Блок 1. Управленческая отчетность по проектам по методу начисления	1.Проверка учетных регистров. 2.Проверка промежуточных отчетов. 3.Проверка сводного отчета
.1	Учетные регистры, систематизирующие затраты на управление проектом: – Регистр по учету затрат на управление проектом – фаза концепция. – Регистр по учету затрат на управление проектом – фаза разработка. – Регистр по учету затрат на управление проектом – фаза реализация. – Регистр по учету затрат на управление проектом – фаза завершение	1.Проверка обязательных реквизитов. 2. Сопоставление корреспонденции счетов, отраженной в регистрах, с регистром Анализ счета 27 «Затраты на управление проектами». 3. Сопоставление остатков и оборотов по счету 27 «Затраты на управление проектами» в Оборотно-сальдовой ведомости со строкой регистра «Итого затрат на управление»
.2	Учетные регистры, систематизирующие затраты на обеспечение проекта: – Регистр по учету затрат на обеспечение проекта – фаза концепция. – Регистр по учету затрат на обеспечение проекта – фаза разработка. – Регистр по учету затрат на обеспечение проекта – фаза реализация. – Регистр по учету затрат на обеспечение проекта – фаза завершение	1.Проверка обязательных реквизитов. 2. Сопоставление корреспонденции счетов, отраженной в регистрах, с регистром Анализ счета 23 «Вспомогательные производства» субсчет 9 «Обеспечение проектной деятельности». 3. Сопоставление остатков и оборотов по счету 23 «Вспомогательные производства» субсчет 9 «Обеспечение проектной деятельности» в Оборотно-сальдовой ведомости со строкой регистра «Итого затрат на обеспечение»
.3	Учетные регистры, систематизирующие затраты на создание результата и принятие к учету результатов проекта: – Регистр по учету затрат на создание результата проекта – фаза реализация. – Регистр по учету результатов проекта – фаза реализация	1.Проверка обязательных реквизитов. 2. Сопоставление корреспонденции счетов, отраженной в регистрах, с регистром Анализ счета 08 «Вложения в необоротные активы», 20 «Основное производство» по соответствующим субсчетам. 3. Сопоставление остатков и оборотов по счетам 08 «Вложения в необоротные активы», 20 «Основное производство» по соответствующим субсчетам в Оборотно-сальдовой ведомости со строкой регистра «Итого затрат на создание результата»
.4	Промежуточные формы отчетности: – Отчет по результатам фазы проекта – концепция. – Отчет по результатам фазы проекта – разработка. – Отчет по результатам фазы проекта – реализация. – Отчет по результатам фазы проекта – завершение	1.Проверка обязательных реквизитов. 2.Сопоставление данных по строкам отчетов с Регистром по учету затрат на управление проектом (по соответствующей фазе), Регистром по учету затрат на обеспечение проекта (по соответствующей фазе), Регистром по учету затрат на создание результата проекта (по соответствующей фазе), Регистром по учету результатов проекта (по соответствующей фазе). 3.Проверка точности арифметических расчетов в формах Отчета по результатам фазы проекта – концепция; Отчета по результатам фазы проекта – разработка; Отчета по результатам фазы проекта – реализация; Отчета по результатам фазы проекта – завершение
.5	Сводная форма – Отчет по результатам проекта	1.Проверка обязательных реквизитов. 2.Сопоставление данных по строкам Отчета по результатам проекта с данными по строкам Отчета по результатам фазы проекта – концепция; Отчета по результатам фазы проекта – разработка; Отчета по результатам фазы проекта – реализация; Отчета по результатам фазы проекта – завершение. 3.Проверка точности арифметических расчетов в Отчете по результатам проекта
	Блок 2. Управленческая отчетность по проектам по методу начисления	1.Проверка учетных регистров. 2.Проверка промежуточных отчетов. 3.Проверка сводного отчета
.1	Учетные регистры, систематизирующие движение денежных средств: – Регистр по учету движения денежных средств фазы проекта – концепция. – Регистр по учету движения денежных	1.Проверка обязательных реквизитов. 2. Сопоставление корреспонденции счетов, отраженной в регистрах, с регистром Анализ счета по счетам 50 «Касса», 51 «Расчетный счет»

/п	Формы (регистры) управленческой отчетности по проектам	Способ проверки
	средств фазы проекта – разработка. – Регистр по учету движения денежных средств фазы проекта – реализация. – Регистр по учету движения денежных средств фазы проекта – завершение	
.2	Промежуточные формы отчетности: – Отчет о движении денежных средств фазы проекта – концепция. – Отчет о движении денежных средств фазы проекта – разработка. – Отчет о движении денежных средств фазы проекта –реализация. – Отчет о движении денежных средств фазы проекта –завершение	1.Проверка обязательных реквизитов. 2.Сопоставление данных по строкам отчетов с Регистром по учету движения денежных средств фазы проекта – концепция; Регистром по учету движения денежных средств фазы проекта – разработка; Регистром по учету движения денежных средств фазы проекта – реализация; Регистром по учету движения денежных средств фазы проекта – завершение. 3.Проверка точности арифметических расчетов в формах Отчета о движении денежных средств фазы проекта – концепция; Отчета о движении денежных средств фазы проекта – разработка; Отчета о движении денежных средств – реализация; Отчета о движении денежных средств – завершение
.3	Сводная форма – Отчет о движении денежных средств проекта	1.Проверка обязательных реквизитов. 2. Сопоставление данных по строкам Отчета по результатам проекта с данными по строкам Отчета о движении денежных средств фазы проекта – концепция; Отчета о движении денежных средств фазы проекта – разработка; Отчета о движении денежных средств – реализация; Отчета о движении денежных средств – завершение 3.Проверка точности арифметических расчетов в Отчете о движении денежных средств проекта

Источник: составлено автором на основании [1].

Представленные методические указания по проверке регистров и форм управленческой отчетности по проектам позволят выявить достоверность и корректность предоставляемых данных руководителю (менеджеру) и заказчику проекта.

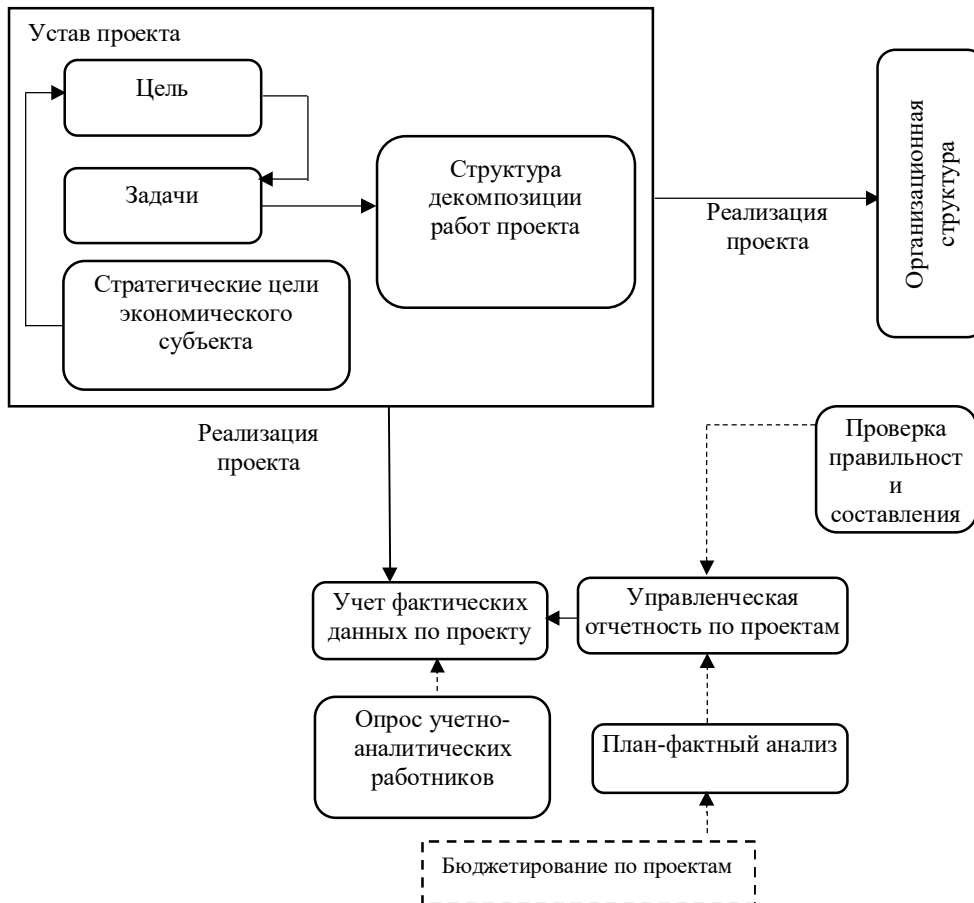


Рисунок 3 - Реализация функций внутреннего контроля по проектам

Разработанный комплекс бюджетов позволяет осуществлять план–фактный анализ по всем представленным бюджетам в разрезе фаз цикла проекта, видов проектной деятельности, финансирования и доходов, отдельных статей бюджетов, для поддержки принятия эффективных управленческих решений по проектам.

В таком случае можно говорить о том, что сокращение фактически понесенных затрат не является целью данного контроля, так как может вызвать не соблюдение ограничений по качеству проекта и привести к его прекращению на любой фазе. Ответственные лица за контроль в управленческом учете по проектам должны быть ориентированы прежде всего на выполнение запланированных показателей и разъяснение такой цели команде проекта. Рассмотренные элементы внутреннего контроля по проектам (план-фактный анализ бюджетов и управленческой отчетности по проектам, опрос учетно-аналитических работников, проверка управленческой отчетности по проектам) дополняют систему управленческого учета и способствуют поддержанию необходимого уровня достоверности данных (рис. 1).

Таким образом, составлена методика внутреннего контроля в управленческом учете по проектам, включающая план-фактный анализ управленческой отчетности и бюджетов по проектам, проверку правильности составления управленческой отчетности по проектам, опрос учетно-аналитических работников. Для подведения итогов внутреннего контроля по проектам и принятия управленческих решений разработан акт по результатам внутреннего контроля по проектам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учете : Федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 30.12.2021). – Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс» (дата обращения: 03.03.2023).
2. Волкова, О. Н. Бюджетирование и финансовый контроль в коммерческих организациях / О. Н. Волкова. – Москва : Финансы и статистика, 2007. – 272 с.
3. Ендовицкий, Д. А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности : монография / Д. А. Ендовицкий. – Москва : Финансы и статистика, 2001. – 400 с.
4. Иванов, В. В. Управленческий учет для эффективного менеджмента / В. В. Иванов, О. К. Хан. – Москва : ИНФРА-М, 2012. – 208 с.
5. Клычова, Г. С. Формирование управленческой отчетности об инвестициях в долгосрочные активы / Г. С. Клычова, К. А. Парфенова // Международный бухгалтерский учет. – 2022. – Т. 25, № 2 (488). – С. 163–179.

IMPROVING PRODUCTION EFFICIENCY IN THE CONTEXT OF THE TRANSITION TO THE DIGITAL ECONOMY

Akramov M.B.

Student of school management of Kokand state pedagogical institute

Scientific supervisor: Kurbanov M.U.
Kokand state pedagogical institute

Abstract

The article is devoted to the analysis of the possibilities of increasing production efficiency that digital transformation opens up within the framework of strategic planning at the state and enterprise levels. The article discusses such concepts as digital transformation, development strategy, production efficiency, competitive advantages. The importance of a thorough approach to the development of key performance indicators of the enterprise is emphasized. As a result, the need for a strategic approach to the introduction of digital economy tools is argued.

Keywords: digital transformation, economic development strategy, information technology, labor productivity, production efficiency, key performance indicators

Introduction

The national program, action plans for the development of the digital economy, supports the modern vector of economic development. The main advantage of the digital economy is to expand the access of enterprises of all sectors of the economy to digital data as a resource for improving the efficiency of economic activity. The transition to digital economy involves the expanded use of information technologies (IT) by the enterprise in economic activity. Digital transformation of industry is a process that reflects the transition from one technological regime to another through the widespread use of digital and Information Communication Technologies in order to increase the efficiency and competitiveness of the industrial sector. According to the Boston Consulting Group (BCG), the share of the digital economy (web or Internet economy) in global GDP is currently 5.5 percent. Roland Berger (2015) estimated that the digital transform of European industry could create a value of € 1.25 trillion by 2025 [1]. The level of development of the digital economy in a country directly related to the level of development of information and switching technologies (ICT) is usually estimated by various indicators: the share of the digital economy in gross domestic product, the volume of investments in the ICT sector, the speed of the Internet, its accessibility to the territory of our country and its, indicators in international ratings that assess the level of development of Information Technology in the country are also important.

Literature Review

The first mention of the "digital economy" was in 1995, when Nicholas Negroponte, a computer scientist at the University of Massachusetts, used this term. Now the content of the concept of digital economy is so different that the question arises: whether the concept is so extensive, or whether the essence of the term and its structure are not fully understood. More often, the definition of the digital economy is reduced to a concise and extensive one, as, for example, given by Vladimir Viktorovich Ivanov, Doctor of Economics, corresponding member of the Russian Academy of Sciences: "The digital economy is a virtual environment that complements our reality". Continuing to study the works of V. V. Ivanov, it is necessary to note the joint article "Digital Economy: Myths, Reality, perspective" with G. G. Malinetsky, Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor of the Keldysh Institute of Applied Mathematics of the Russian Academy of Sciences [2].

Results and Discussions

The Gross Value Added created in the field of information and communication of the service sector in Uzbekistan is from 4.4 trillion soums since 2016 to 8.8 trillion soums in 2020, and the volume of services provided by the type of economic activity "information and communication" is from 6.3 trillion soums to 12.9 trillion soums. the sum was doubled to [3]. The initiative for the rapid development of the digital economy in the industrial sector in Uzbekistan has also been the impetus for the development of the digital economy in various countries of the world, in integration associations, in particular in the European Union, as well as in large transnational companies.

Table 1

Digital strategies in different countries [3]

Countries	Strategies	Adopted year
European Union	"Digital Europe 2020"	2010
Germany	"Industry 4.0"	2011
China	"Internet +"	2015
Russia	"Strategy for the development of the Russian segment of the Internet Information and communication network and the corresponding sectors of the economy"	2015
Singapore	National Artificial Intelligence Strategy	2018
USA	Digital Strategy 2020-2024	2018
Uzbekistan	"Digital Uzbekistan — 2030" Strategy	2020

Digital strategies in various countries (including EU, Germany, China, Japan, Brazil, United States, United Kingdom, Estonia, Netherlands, Ireland, Sweden, Singapore, Philippines, Malaysia) such as "Digital Europe 2020" (2010) in the European Union, "Industry 4.0" (2011), "Internet plus" (2015) in China, "strategy for the development of the Russian segment of the Internet Information and communication network and related sectors of the economy" (2015, the world's largest industrial companies are implementing development strategies in the field of industrial digitization in the world through the concept of "Industry 4.0", "Internet+" (e.g. Siemens, General Electric, SAP, Intel) [5].

The modern injection of the world economy is characterized by the transition to the digitization of the processes of vital activity of all people on Earth. Despite the criticism of many of the world's leading scientists and specialists, this process is irreversible and involves many new countries, penetrating into all types of modern human activity. Suffice it to say that the list of the largest companies in the world by capitalization is occupied by companies that are accelerating the digitalization [6].

Table 2

Top-10 companies by market capitalization in 2022

№	Name of the company	Rate of capitalization	Sector	Products
1	Apple Inc.	2,292 trillion US dollars	information technology and electronics	iPhone, iPad, iMac, MacBook, Apple Watch, Apple TV, AirPods, HomePod Mini
2	Saudi Aramco	2.180 trillion US dollars	energy, oil, refining and gas	petrochemical derivatives, crude oil and natural gas
3	Microsoft	2,002 trillion US dollars	information technology, software development and consumer electronics	Microsoft Office, Windows operating system, Xbox, laptops and search engine
4	Alphabet (Google)	1,555 trillion US dollars	Internet and software services	search engine, operating system and mobile phones
5	Amazon	1,184 trillion US dollars	e-commerce, Internet, technology, retail and software services	Kindle, ПО, FireTV и Echo
6	Tesla	763,66 milliards US dollars	cars, technology, autonomous driving, electric vehicles and energy	trucks, cars, batteries, solar panels and more
7	Berkshire Hathaway	614,06 milliards US dollars	finance, insurance, media, food, rail transport and non-food products	property and accident insurance, diversified investments
8	Tencent	473,22 milliards US dollars	technology, internet, video games and esports	social networks, instant messages, mass media, web portals
9	Meta (Facebook)	460,5 milliards US dollars	technology and the Internet	Facebook, Messenger, Instagram, WhatsApp
10	Taiwanese semiconductor manufacturer TSMC	445,56 milliards US dollars	semiconductors, technologies, production and technical equipment	Production of integrated circuits, solar panels and other related services

In the current era, the digital economy and the several efficient technologies associated with it, including e-commerce and e-business, are coming into our lives intensely. Therefore, in order to further accelerate the development of the state and society, the leadership of our republic made several important decisions. The president of the Republic of Uzbekistan, in his address to the Supreme Assembly of January 25, 2020, also proposed to name the year 2020 "year of development

of Science, Education and digital economy" on the development of digital economy in our country. In addition, in the implementation of the decree of the president of the Republic of Uzbekistan dated February 19, 2018 no. PF-5349 "on measures for the further development of the sphere of Information Technology and communications", as well as creating conditions for the rapid development of modern information technologies in order to introduce the digital economy into the state management system in, in order to ensure information security, the Cabinet of Ministers adopted a resolution on August 31, 2018 "on additional measures for the introduction and further development of the digital economy in the Republic of Uzbekistan", which sets out the goals and objectives of the digital economy, and the decisions of the president of Uzbekistan "on measures for the development of the digital economy in.

The rapid development of digital technologies leads to fundamental changes not only in the economy, but also in society itself. Thus, due to the decrease in information costs, digital technologies significantly reduce the cost of economic and social operations for the state, companies and individuals, stimulate innovation, in which transaction costs are almost zero, and also dramatically increase efficiency: existing activities and services become cheaper, faster or more convenient. Finally, digital technologies facilitate integration: people can use services that previously did not exist [7].

The concept of enterprise digitization is associated with the introduction of new technologies available to business in recent years: large data analysis and machine learning, artificial intelligence, robotics, Internet of Things (IoT), 3D printing, cloud computing. The initial conditions for the development of digitization and its penetration into digitization were a decrease in the prices of technologies and computing power, as well as an increase in the possibilities of high speed of data transmission.

Digital technologies allow enterprises to analyze sales, inventory, production capacity and operation processes at a new level of granularity. This, in turn, leads to qualitatively new conclusions regarding the company's products, interaction with suppliers and buyers and the organization of processes.

The digital transformation of an enterprise can be considered in two ways. The first is to digitize the business model - to change the model of interaction with the client, to the "smart" product model from traditional sales, which is complemented by a digital service for the client. The second is Operation digitization - the introduction of digital tools to improve the efficiency of the enterprise within the framework of the existing business model.

According to a 2018 global survey, 95% of industry directors see digital transformation as an opportunity to increase efficiency and develop their businesses [8].

The introduction of digital tools into operational activities allows enterprises to improve the quality of their decisions and get the first results in the first year. In particular, solutions based on IoT and Big Data Analysis play an important role in improving the efficiency of production processes. They allow you to quickly collect information about physical indicators and convert them into digital data for further processing, exchange information electronically throughout the value chain and process data using machine learning and artificial intelligence to obtain qualitatively new conclusions. In addition, with their help, it is possible to remotely control the physical parameters of the production process and equipment based on decisions made taking into account the results of in-depth analysis. By combining different technologies, enterprises receive a toolkit that allows them to increase the production of finished products, reduce the level of rejection, reduce material consumption and increase the availability of equipment. The development of new technologies is changing the entire industry and individual enterprises. Competitive digital transformation phases are putting pressure on management. At the same time, investments are needed for digitization, so companies that start this path must determine the goals of tactics and long-term transformation, the road map and the state of business.

According to research, as of now, six of the ten industrial enterprises in the world have a digital transformation program. At the same time, a quarter of enterprises have less than 12 months of program, while the majority (61%) plan to implement the existing program in one to three years.

However, these indicators reflect the level of development of the largest enterprises in the world largely - industry leaders [9].

Conclusion

However, the leaders are now at the stage of forming the necessary digital competencies and implementing pilot projects. 89% of the largest industrial enterprises participating in the surveys said that they started experimental projects based on mechanical engineering and artificial intelligence or implemented solutions on a limited process perimeter. On average, only 12% of businesses in Western Europe already use big data analysis. For those who are not market leaders, new technologies are still in planning. Small and medium-sized businesses lag behind large enterprises not only in the introduction of digital technologies, but also in the automation of traditional robotics and production. The gap in the speed of implementation is due to the difference in the availability of financial resources, experience in the introduction of advanced technologies and savings for large enterprises. Internal opportunities and additional benefits for digitization give businesses the opportunity to start moving towards transformation. For this, the necessary legal basis for the digital transformation of the industry by the state, as well as economic support, will be needed. However, even with the necessary resources, companies face internal resistance, unwillingness to change work processes and difficulties in joining "traditional" solutions. It should be borne in mind that the digital transformation of enterprises is not the replacement of all employees with robots, but the empowerment of managers and workers through new technologies. More than 60% of industry leaders believe that digitization will create additional jobs instead of reducing the number of jobs.

REFERENCES

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 19 fevraldagi PF-5349 sonli “Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanadari vojlantirish chora-tadbirlarito‘g‘risida”gi Farmoni
2. Бухт, Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики / Р Бухт, Р. Хикс // Вестник международных организаций. - 2018. - Т. 13. - № 2. - С. 143-172 (на русском и английском языках). - Текст : непосредственный.
3. Word Bank. World Development Report 2016: Digital Dividends / Word Bank Group, 2016.
4. www.bcgperspectives.com/content/articles/engineered_products_project_business_industry_40_future_productivity_growth_manufacturing_industries
5. Вечный спор Apple и SaudiAramco — какая компания сейчас самая дорогая в мире по рыночной капитализации. <https://internationalwealth.info/offshore-company-formation/top-10-samyh-dorogih-kompanij-mira/>
6. <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-proizvodstva-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki>
7. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32873454>. Самарина А.Ю. Пешкова Г.Ю. Стратегические подходы к повышению эффективности продукции с использованием инструментов цифровой экономики
8. Электронная экономика // Википедия [2016–2016] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/?oldid=81412399>.
9. OECD Digital Economy Outlook 2012/ OECD Publishing, 2012.

СОВРЕМЕННЫЕ БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИИ НА ПРИМЕРЕ ОПЫТА КАЗАХСТАНА И РОССИИ

Анисимова К.М.

Воронежский государственный университет
Каспийский общественный университет,
Высшая школа экономики и управления
ОП «Менеджмент», студентка 2^{го} курса
(академическая мобильность)

Научный руководитель: Аманкелді Н.А.
PhD, ассоциированный профессор

Абстракт

В данной статье исследуется использование бизнес-технологий в Казахстане и России. В ней рассматриваются различные типы технологий, используемые в бизнесе, и их влияние на экономику региона. Также в статье анализируются особенности внедрения бизнес-технологий в этих странах.

Введение

Бизнес-технологии играют важную роль в развитии экономики, они позволяют улучшить эффективность и конкурентоспособность бизнеса. С помощью современных технологий бизнес может автоматизировать многие процессы, упростить работу с базами данных, оптимизировать производственные процессы, повысить качество услуг и продукции, улучшить взаимодействие с клиентами.

Применение бизнес-технологий позволяет сократить затраты на производство и продажу товаров и услуг, что в свою очередь увеличивает доходность бизнеса и общий уровень экономического развития. Технологические инновации способствуют появлению новых видов бизнеса, что расширяет экономические возможности страны и способствует ее развитию в целом.

Кроме того, применение бизнес-технологий является важным фактором в привлечении иностранных инвестиций и поддержке экспорта товаров и услуг. Современные технологии делают бизнес более привлекательным и удобным для работы для иностранных партнеров и клиентов, что способствует росту экспортного потенциала страны.

Таким образом, внедрение и использование современных бизнес-технологий имеет огромное значение для развития экономик Казахстана и России. Это необходимо для повышения эффективности бизнеса, улучшения качества продукции и услуг, расширения возможностей для новых видов бизнеса, привлечения иностранных инвестиций и поддержки экспорта.

Литературный обзор

В статье "Cloud Computing in Russia: Current State and Prospects for Development" (Облачные вычисления в России: текущее состояние и перспективы развития, 2020) рассматривается текущее состояние и перспективы развития облачных вычислений в России.

2. В статье "Cloud Computing in Kazakhstan: Current State and Prospects for Development" (Облачные вычисления в Казахстане: текущее состояние и перспективы развития, 2020), рассматривается текущее состояние и перспективы развития облачных вычислений в Казахстане.

3. Статья "Машинное обучение и искусственный интеллект в России: сегодня и завтра" (2019) посвящена анализу текущего состояния и перспективам развития машинного обучения и искусственного интеллекта в России.

4. Статья "Машинное обучение в Казахстане: состояние и перспективы развития" (2020) опубликованная на портале Informburo.kz, посвященна анализу текущего состояния и перспектив развития машинного обучения в Казахстане.

5. Развитию исследований по электронной коммерции, посвящено проведенное российским аналитическим центром "ИНИС" "Электронная коммерция в России: тенденции и перспективы" (2021) исследование.

6. Исследование, проведенное казахстанским аналитическим центром "Expert" "Электронная коммерция в Казахстане: состояние и перспективы" (2021) посвящено развитию электронной коммерции в Казахстане.

Методология исследования

В ходе написания статьи применялись следующие методы исследования: сбор информации, анализ, наблюдение, сравнение и аналогии.

Результаты и дискуссия

Современные бизнес-технологии охватывают множество направлений, которые затрагивают различные аспекты бизнеса и организации производства. Некоторые из основных направлений бизнес-технологий включают:

1. Облачные технологии: позволяют бизнесу хранить и обрабатывать данные удаленно, что упрощает управление информацией и позволяет сэкономить на затратах на IT-инфраструктуру.

2. Искусственный интеллект и машинное обучение: с помощью этих технологий бизнес может автоматизировать многие процессы, управлять своими ресурсами более эффективно и создавать персонализированные продукты и услуги.

3. Электронная коммерция (E-commerce): технологии, связанные с продажей товаров и услуг через Интернет. Позволяет бизнесу увеличить объем продаж и расширить географию своих клиентов.

Это лишь некоторые из основных направлений бизнес-технологий в Казахстане и России. Каждое из этих направлений имеет свои особенности и может быть применено в различных отраслях и сферах бизнеса.

Рассмотрим подробнее перечисленные бизнес-технологии.

Облачные технологии – это технологии, которые позволяют хранить и обрабатывать данные удаленно на удаленных серверах, которые доступны через интернет. Вместо того чтобы иметь свой собственный сервер и хранить все данные локально на своем компьютере, компании могут арендовать вычислительные мощности, хранение данных и программное обеспечение на серверах удаленных провайдеров облачных услуг.

Такие провайдеры обеспечивают высокую надежность и доступность данных, а также возможность масштабирования сервисов в зависимости от потребностей компании. Облачные технологии также позволяют компаниям экономить на затратах на IT-инфраструктуру, а также на расходах на обслуживание и обновление оборудования.

Роль облачных технологий в бизнесе очень важна. Они позволяют компаниям более эффективно управлять своими данными, обеспечивать их безопасность, а также улучшать коммуникацию внутри компании и с клиентами. Вместо того чтобы хранить данные на разных устройствах, в облаке они могут быть легко доступны из любого места и с любого устройства, подключенного к интернету.

Все это позволяет бизнесу работать более эффективно и сосредоточиться на своих основных задачах, не тратя время на управление IT-инфраструктурой.

В России и Казахстане облачные технологии используются в различных сферах бизнеса. Вот некоторые примеры их применения:

1) Хранение и обработка данных в облаке: многие компании используют облачные сервисы, такие как GoogleDrive, Dropbox, Яндекс.Диск, Mail.ru и Cloud, для хранения и обмена документами, фотографиями, видео и другими файлами. Это позволяет сотрудникам компаний легко обмениваться информацией и работать удаленно.

2) CRM-системы: многие компании используют облачные CRM-системы, такие как amoCRM, Bitrix24 и Salesforce, для управления отношениями с клиентами, автоматизации продаж и маркетинга. Это позволяет компаниям эффективно управлять своими продажами и повышать уровень обслуживания клиентов.

3) Онлайн-магазины: многие компании используют облачные платформы для создания и управления своими онлайн-магазинами, такие как Shopify и Magento. Это позволяет компаниям быстро и легко создавать свои интернет-магазины и управлять ими без необходимости инвестировать в собственный сервер и программное обеспечение.

4) Разработка программного обеспечения: многие компании используют облачные платформы для разработки и тестирования программного обеспечения, такие как AmazonWebServices и MicrosoftAzure. Это позволяет компаниям ускорить разработку и тестирование новых приложений, а также снизить затраты на инфраструктуру и обслуживание.

5) Управление проектами: многие компании используют облачные платформы для управления своими проектами и командами, такие как Trello и Asana. Это позволяет компаниям эффективно планировать, отслеживать и управлять проектами, а также снизить время на управление проектами и командами.

Искусственный интеллект и машинное обучение - это две технологии, которые связаны с использованием искусственного интеллекта в компьютерных системах. Искусственный интеллект относится к системам, которые имеют способность учиться и выполнять задачи, которые обычно требуют интеллекта человека. Машинное обучение относится к процессу обучения системы, чтобы она могла автоматически выполнять задачи, без необходимости явного программирования.

Примером применения искусственного интеллекта может быть система распознавания речи, которая позволяет компьютеру понимать, что говорит пользователь. Это может быть полезно для создания голосовых помощников, автоматического перевода и многих других приложений. Другой пример - это системы компьютерного зрения, которые могут распознавать объекты на изображениях и видео.

Машинное обучение, с другой стороны, может использоваться для создания системы, которая может определить, является ли электронное письмо спамом или нет. Это может быть достигнуто путем обучения системы на большом количестве данных, чтобы она могла выявлять общие признаки спам-писем и отделять их от обычных писем.

Искусственный интеллект и машинное обучение также широко используются в других областях, таких как медицина, финансы, производство и многих других, где эти технологии могут помочь в решении сложных проблем и оптимизации процессов.

Некоторые примеры использования этих технологий в бизнесе в Казахстане и России включают:

1. Анализ данных: многие компании используют технологии искусственного интеллекта и машинного обучения для анализа больших объемов данных, чтобы получить ценные осознания и принимать более обоснованные решения.

2. Предиктивная аналитика: технологии искусственного интеллекта и машинного обучения могут использоваться для создания моделей предиктивной аналитики, которые позволяют компаниям прогнозировать будущие тренды и поведение клиентов.

3. Роботизация процессов: многие компании уже используют роботов для автоматизации различных процессов, таких как сортировка и упаковка товаров в складских помещениях.

4. Поддержка клиентов: искусственный интеллект и машинное обучение могут быть использованы для создания виртуальных помощников и чат-ботов, которые могут помочь клиентам быстро получить ответы на свои вопросы и проблемы.

5. Машинное зрение: многие компании используют технологии машинного зрения для обработки изображений и видео, что позволяет им автоматически распознавать объекты, лица и другие элементы

Например, компания "Сбербанк" использует технологии искусственного интеллекта и машинного обучения для анализа данных и создания моделей предиктивной аналитики, чтобы прогнозировать поведение клиентов и предлагать им наиболее подходящие продукты и услуги. Также компания "Юла" использует технологии машинного зрения для автоматического распознавания товаров, которые пользователи выставляют на продажу, и улучшения процесса сортировки и поиска товаров для покупателей.

В целом, использование этих технологий может значительно повысить эффективность и конкурентоспособность компаний в Казахстане и России, однако, для того, чтобы успешно внедрять эти технологии, необходимо учитывать вызовы и подготавливаться к их решению.

Электронная коммерция- это процесс купли-продажи товаров и услуг через Интернет. Это означает, что потребители могут приобретать товары и услуги в Интернет-магазинах и платить за них онлайн. Электронная коммерция имеет огромное значение для современного бизнеса, поскольку позволяет компаниям расширять свой рынок и привлекать новых клиентов за счет доступности и удобства покупок через Интернет.

Роль электронной коммерции в бизнесе заключается в создании новых возможностей для продажи товаров и услуг. Она позволяет компаниям предлагать свои товары и услуги через Интернет, достигая большей аудитории, не ограниченной территориальными рамками.

Это также дает потребителям возможность сделать покупку из любой точки мира, не покидая свой дом или офис.

Электронная коммерция также помогает компаниям сократить расходы на обслуживание клиентов и уменьшить затраты на рекламу и маркетинг. Она также позволяет компаниям сократить время, необходимое для обработки заказов и снизить уровень инвентаризации, что повышает эффективность бизнес-процессов.

Наконец, электронная коммерция улучшает качество обслуживания клиентов. Покупатели могут получить более детальную информацию о товарах и услугах, оставить отзывы и получать поддержку в режиме реального времени. Это позволяет компаниям более эффективно решать проблемы и повышать удовлетворенность клиентов.

В России и Казахстане электронная коммерция имеет широкое распространение и активно используется многими компаниями. Ниже приведены несколько примеров.

1. Wildberries - это один из самых популярных интернет-магазинов в России и Казахстане, который занимается продажей одежды, обуви и аксессуаров. Wildberries предоставляет широкий ассортимент товаров, а также бесплатную доставку и возможность возврата товаров в течение нескольких дней.

2. Ozon - это другой крупный интернет-магазин, который основан в России и работает также в Казахстане. Ozon занимается продажей широкого спектра товаров, включая книги, электронику, косметику и многое другое. Компания также предоставляет услуги доставки и возможность возврата товаров.

3. Kaspi.kz - это популярный интернет-магазин, который основан в Казахстане и предоставляет услуги в области электронной коммерции, а также в области финансовых услуг, таких как онлайн-банкинг и электронные платежи. Kaspi.kz также является одним из крупнейших онлайн-банков в Казахстане.

4. Lamoda - это интернет-магазин, специализирующийся на продаже модной одежды, обуви и аксессуаров. Он основан в России и имеет представительства в Казахстане и других странах. Lamoda предлагает широкий ассортимент товаров, а также услуги доставки и возможность возврата товаров.

Эти компании и многие другие демонстрируют, что электронная коммерция имеет большое значение для развития бизнеса в России и Казахстане, и предоставляет потребителям удобный и доступный способ приобретения товаров и услуг.

Выводы

Современные бизнес-технологии играют огромную роль в развитии экономики России и Казахстана. Благодаря таким технологиям компании могут повышать свою эффективность, улучшать качество продукции и услуг, увеличивать доходы и сокращать издержки.

В России и Казахстане уже есть множество успешных примеров использования бизнес-технологий в разных сферах, от финансов до производства и медицины. Однако, внедрение новых технологий также имеет свои вызовы, связанные с высокой стоимостью внедрения, необходимостью квалифицированных кадров, проблемами безопасности данных и т.д.

В целом, можно сказать, что использование современных бизнес-технологий - необходимость для компаний, которые стремятся оставаться конкурентоспособными и эффективными на рынке. Однако, это требует серьезного подхода к выбору и внедрению технологий, а также постоянного обновления и развития IT-инфраструктуры компании.

Бизнес-технологии продолжают развиваться и меняться в будущем, и Россия и Казахстан не останутся в стороне от этих изменений.

Таким образом будущее развития бизнес-технологий в России и Казахстане будет связано с дальнейшим развитием цифровой экономики и увеличением количества компаний, которые будут внедрять современные технологии в свою работу. Однако, это также потребует большого количества квалифицированных кадров, а также развития инфраструктуры и законодательства, что может оказаться одним из вызовов для будущего развития бизнес-технологий в России и Казахстане.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1."Облачные технологии: готовы ли российские компании к цифровой трансформации?" [Электронный ресурс]. – URL: <https://ecm-journal.ru/material/Issledovanie-DIRECTUM-Gotovy-li-rossijskie-kompanii-k-oblakam>
- 2."Облачные технологии в Казахстане: что нужно знать для бизнеса" [Электронный ресурс]. – URL: <https://dds.kz/oblachnyie-servisyi-kazahstana/>
- 3."Искусственный интеллект в России: перспективы и риски" [Электронный ресурс]. – URL: <https://bit.samag.ru/uart/more/74>
- 4."Развитие машинного обучения в Казахстане: возможности и ограничения" [Электронный ресурс]. – URL: https://habr.com/ru/company/kauri_iot/blog/518974/
- 5."Электронная коммерция в России: перспективы развития" [электронный ресурс]. URL:<https://moluch.ru/archive/101/22984/>
- 6."Исследование рынка электронной коммерции в Казахстане"[электронный ресурс]. URL:<https://esp.ieconom.kz/jour/article/view/288>

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Дармилова Д. З.

Ставропольский государственный аграрный университет,
Учетно-финансовый факультет,
Бухгалтерский и налоговый консалтинг (магистерская программа),
Студент 1^{го} курса

Научный руководитель: Манжосова И.Б.,
д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета

Аннотация: агропромышленный комплекс имеет специфические особенности, обусловленные сезонностью производства, из чего вытекает ряд особенностей в учете и самом производстве, учитывается широкий перечень продукции.

Ключевые слова: производство, переработка, перепродажа, учет, себестоимость, затраты.

Производство и переработка молока – это участок учета, имеющий специфические особенности и в их учете по сей день выделяют ряд проблем:

- сложность применения эффективных методов и средств контроля на практике;
- отсутствие унифицированных документов по учету сырья и готовой продукции, связанное с многоэтапностью переработки сырья.

Отрасль имеет важнейшее значение для населения и в СКФО существенно увеличила обороты за последнее время несмотря на то, что доля в общероссийском производстве не превышает 10 % (рисунок 1).

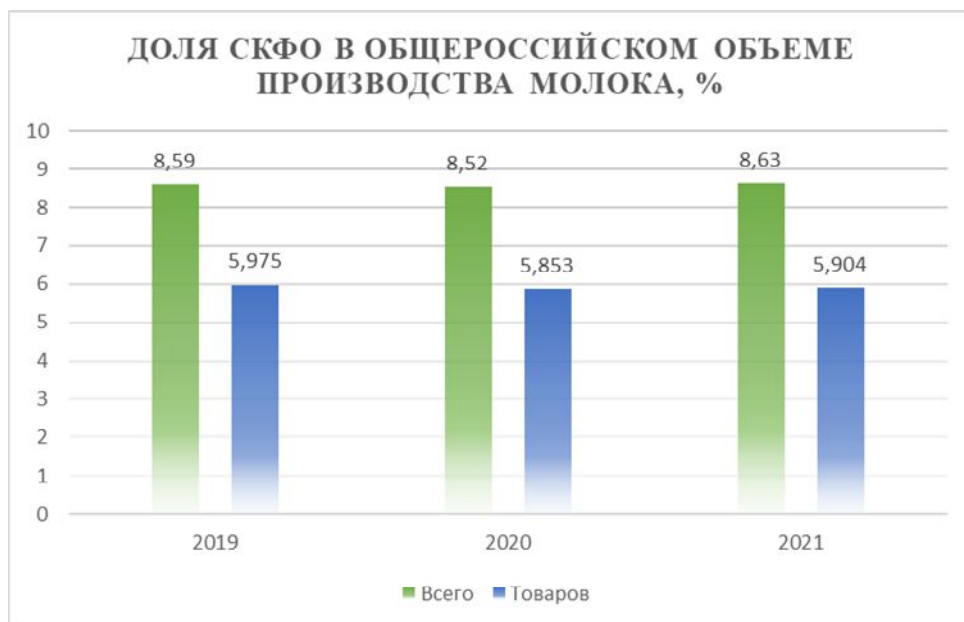


Рисунок 1 - Доля СКФО в общероссийском объеме производства молока, %

Доля СКФО в общероссийском объеме производстве молока составляет в среднем 8,5%, при этом товарным является молоко, предназначенное для дальнейшей перепродажи и соответственно переработки. Стоит отметить, что в расчет берутся все виды хозяйств, производящих молоко – СХО, к(Ф)Х, ИП и ЛПХ.

Сырое молоко проходит ряд технологических сложных операций для конечного поступления на прилавки. Все это требует тщательного контроля со стороны разных отделов организации – начиная от технологического и заканчивая бухгалтерской службой. Так, выход готовой продукции можно оценивать как в физическом смысле, так и в пересчете на молоко, что более актуально для системы бухгалтерского учета и экономической службы.



Рисунок 2 – Переработка молока в СКФО

Анализируя переработку молока в СКФО, видим, что в 2020 году снижение объемов производства молочной продукции, однако в 2021 году наблюдается опять рост. При этом в части питьевого молока увеличение превысило уровень 2019 года.

Так как молочная продукция относится к числу скоропортящихся, то объем производства напрямую зависит от спроса на нее (рисунок 3), который находится примерно на одном уровне и составляет в среднем 241 кг/год на душу населения, что составляет 74% от рекомендуемой нормы, то есть имеются возможности для увеличения объемов производства, путем повышения спроса на продукцию данной отрасли.

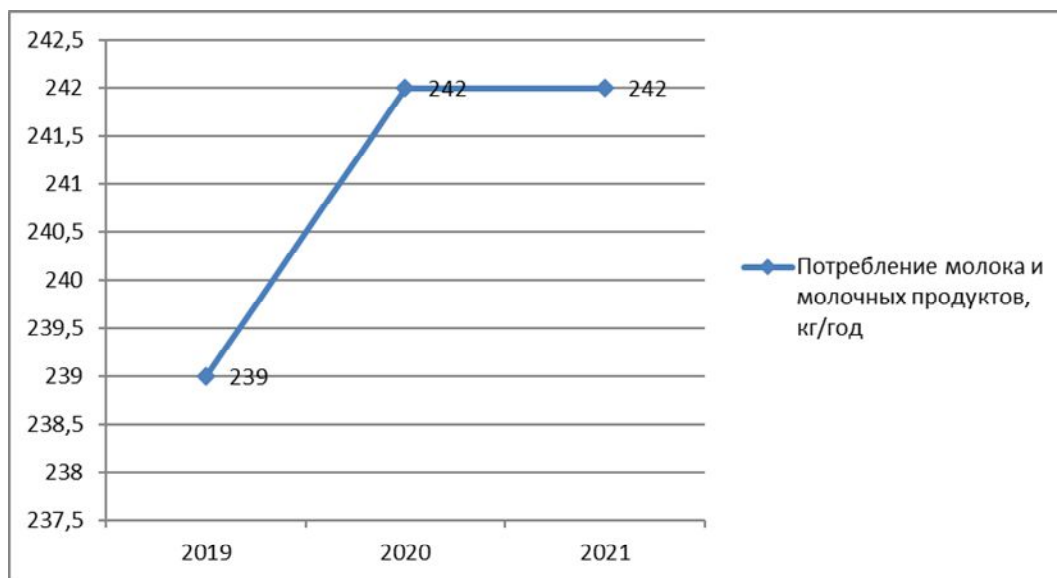


Рисунок 3 – Потребление молока и молочных продуктов, кг/ год в СКФО на человека

Стоит отметить высокий уровень конкуренции на рынке молочной продукции, в связи с чем производителям необходимо поддерживать соответствующий уровень продукции, внедрять передовые технологии, своевременно реагировать на изменения потребностей рынка, при этом не забывая о ценовой политике. Таким образом, для эффективного функционирования организации необходимо автоматизировать систему управления производством и информационные системы, что в настоящий момент предполагает интеграцию разных уровней управления предприятием в единую систему. Комплексная автоматизация на молочном предприятии позволяет обеспечить:

- прозрачность;
- сокращение возможностей влияния человеческого фактора на ход производственных процессов;
- оперативный учет всех расходов и поступлений.

Автоматизация позволяет улучшить качество продукции, оптимизировать производственные ресурсы и уменьшить трудозатраты, при этом требует соответствующей подготовки кадров для выполнения ряда операций.

В зависимости от специфики молочного производства и экономической целесообразности автоматизация может быть как комплексной, так и частичной.

Частичная автоматизация осуществляется, если качественное управление отдельными технологическими процессами молокозавода не по силам оператору и автоматизация способна эффективно его заменить. Комплексная автоматизация требует функционирования всех участков и отделений предприятия как технологического комплекса и позволяет выполнять все основные управленческие функции предприятия молочной промышленности.

Качественная автоматизация возможна только при тщательном анализе всех бизнес-процессов на предприятии, начиная с производства продукции и заканчивая учетом финансовых результатов деятельности.

Автоматизация бизнес-процессов в первую очередь должна учитывать технологическую последовательность переработки молока, особенности финансового и

управленческого учета, позволяющего оценить обоснованность автоматизации с экономической точки зрения.

Таким образом, стоит отметить двустороннюю зависимость учета и бизнес-процессов, так как технологические особенности производства молочной продукции необходимо учитывать при построении системы учета, ориентированной на отраслевую специфику субъекта, при этом факторы целесообразно сгруппировать следующим образом: индивидуально-организационные и отраслевые (рисунок 4). В то же время учет позволяет оценить каждый участок бизнес-процесса и его обоснованность, а также сформировать релевантную информацию с целью минимизации затрат путем объединения нескольких этапов в один или полнейшего исключения при возможности. Все это способствует достижению основной цели деятельности любой организации – максимизация прибыли.

Специфика учета в данной сфере обусловлена следующим:

- молоко может относиться как к материалам, так и к полуфабрикатам в зависимости от вида и стадии производства, в связи с чем необходим их учет на разных синтетических счетах;

- недолговечность сырья;

- необходимо уделять особое внимание санитарии в цехах, а также проверить производственный персонал (вернее их квалификацию и здоровье);

- важным участком проверки является сверка норм расхода сырья с фактическими показателями.

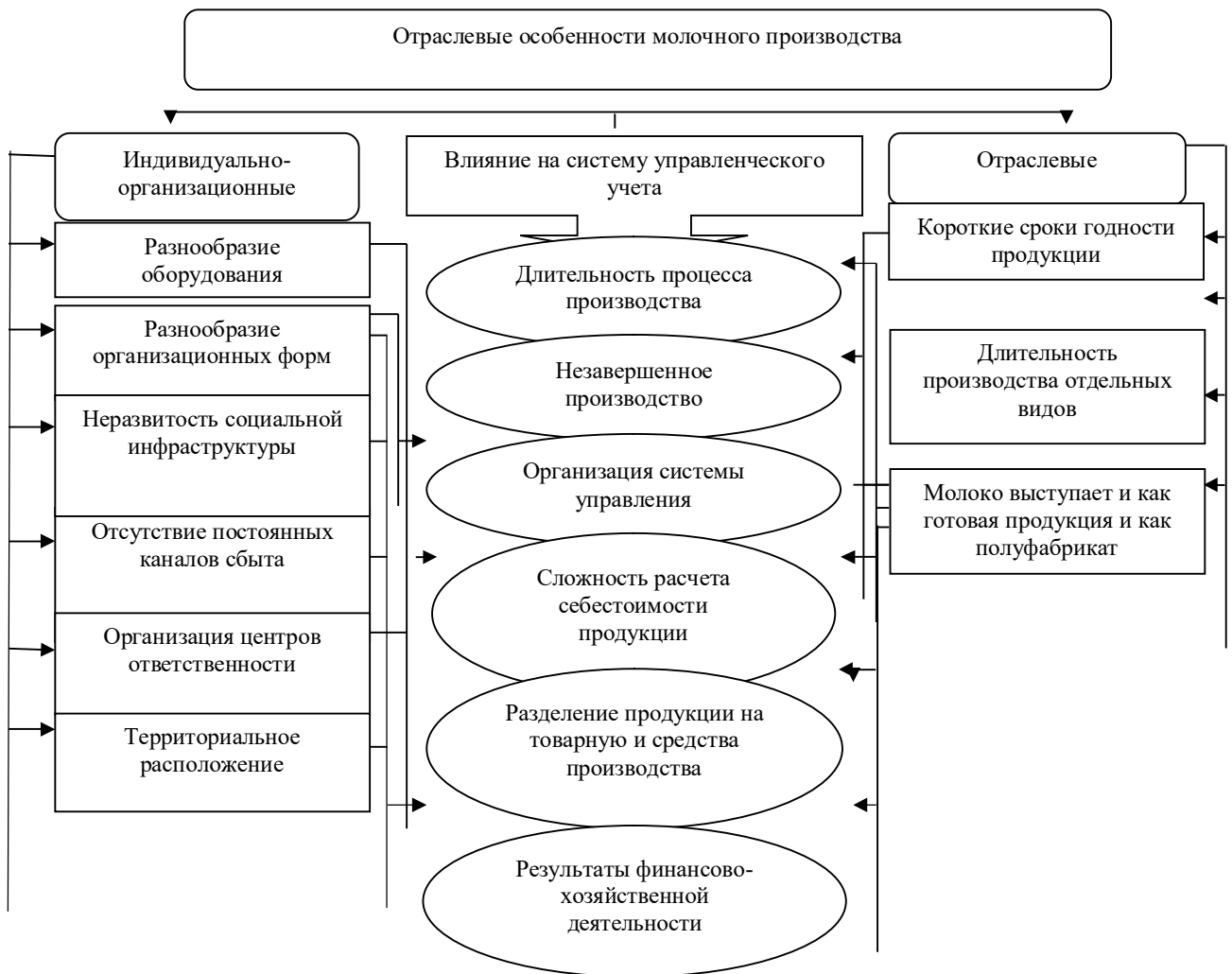


Рисунок 4 – Влияние особенностей молочного производства на формирование системы учета [4]

Рассматривая организационно-методическое обеспечение управленческого учета материальных затрат производства молочной промышленности необходимо учитывать высокую материалоемкость этой отрасли – исходным сырьем служит молоко, проходящее ряд технологических стадий.

Стоит отметить, что не всегда весь процесс производства проходит на одном предприятии, поэтому в каждом переделе выделяются затраты, учитываемые в целом по цеху или предприятию, а фактические затраты распределяются между видами продукции пропорционально нормативам затрат.

Исходя из технологической последовательности производственного процесса, в данной отрасли наиболее актуальным является использование попередельного метода учета затрат, где передел – это совокупность технологических операций, формирующих полуфабрикат или готовую продукцию.

Применяя попередельный метод учета затрат, калькулирование осуществляют одним из методов:

- ФИФО;
- усреднения.

Также организация может применять нормативный метод учета затрат, основанный на использовании установленных нормативов по всем статьям затрат. При этом по некоторым статьям невозможно установить нормы, и они учитываются по текущим нормам. С целью расчета фактической себестоимости к нормативной себестоимости прибавляют или вычитают выявленные в отчетном периоде отклонения от норм по статьям расходов

Стоит отметить, что экономика не стоит на месте и помимо традиционных методов применяются прогрессирующие, адаптированные на современные условия. Так, большой популярностью пользуются методы: «директ-костинг» и ABC метод.

Метод «директ-костинг» предполагает расчет маржинального дохода и маржинальной прибыли с целью увеличения производительности и снижения себестоимости. При этом метод можно использовать как по всем видам продукции, так и по конкретно выбранному.

Метод ABC делит существующие операции на ряд составных менее сложных, производит расчет кос-драйверов и потребностей каждого вида сырья. Завершающим этапом является получение готового продукта, себестоимость которого и представляет собой сумму всех операций.

Таким образом, правильно построенная система учета затрат позволяет выйти на новый уровень, конкурировать с лидерами, путем формирования достоверной релевантной информации, снизить себестоимость продукции и тем самым повлиять на потребительский спрос, который можно существенно увеличить, ведь учеными до сих пор не определена предельная норма потребления молока в день и по мнению некоторых для сохранения здоровья необходимо ее увеличивать настолько это возможно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бережная Е.А. Рынок молока и молочной продукции / Е.А. Бережная // Вестник науки. — 2021. — Т. 3. — № 1 (34). — С. 64-68
2. Глущенко, А.В. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в АПК: учебное пособие / А.В. Глущенко, Н.Н. Нелюбова. – М.: Магистр, 2018. – 189 с.
3. Ермакова Н.А., Гареев И.М. Формирование системы управленческого учета при кризисном состоянии экономики предприятия // Международный бухгалтерский учет.2019.№24. с.20-28.
4. Кожарский, В.В. Калькулирование себестоимости продукции/ В.В. Кожарский // Планово-экономический отдел. – 2021. - №11

ВЛИЯНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЦИФРОВИЗАЦИЮ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Сенецкий Н.А.

Институт экономики и управления
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского»,
Бухгалтерский учет, анализ и аудит, студент 4 курса

Научный руководитель: Колесникова Е.В.
к.э.н., доцент

В нынешних реалиях процесс цифровизации носит очень быстрый характер, постепенно преобразуя все сферы общественной жизни, включая экономическую. Одной из самых полезных технологий являются облачные сервисы, которые помогают автоматизировать бизнес-процессы и учетную систему в целом.

Стоит отметить, что как для России, так и для Средней Азии в условиях потенциальных санкций возникает проблема создания безопасных облачных хранилищ на отечественных серверах и на отечественном программном обеспечении. Это необходимо, так как использование зарубежных серверов для хранения своих баз данных делает бизнес и экономику уязвимее в целом. В случае плохого интернет-соединения или даже каких-либо политических конфликтов можно утратить доступ к базам данных и оперативный контроль за ними.

Сама по себе технология облачных сервисов не нова и существует еще с 2006 года, однако она глубоко проникла во все сферы ИТ, включая бухгалтерию. По своей сути это хранение и обработка данных на виртуальном сервере (онлайн-хранилище). При этом организации нет нужды приобретать дорогостоящее оборудование, нанимать специалистов или устанавливать специальное программное обеспечение, так как для функционирования данной системы нужен лишь стабильный выход в интернет с любого устройства.

Среди отечественных компаний, которые также активно используются в Казахстане, стоит выделить фирму «1С», которая предлагает ряд продуктов для автоматизации бизнеса, таких как: «1С Фреш», «1С-Битрикс», «1С Битрикс24» и пр.

Продукты «1С» позволяют использовать облачные сервисы в нескольких вариациях: непосредственно внутри организации, в холдинге, для клиентов, для нескольких компаний и по системе «Фреш».

1С «Фреш» - облачная подсистема, подразумевающая, что потребители платят не за готовые прикладные решения в 1С, а лишь за пользование ими через Интернет. В таком случае обслуживание сервиса происходит централизованно, так как прикладные решения развертываются у поставщика сервиса, на его оборудовании, в виде единой системы.

Также распространено использование другого программного продукта компании 1С – «1С-Битрикс», который позволяет подключать к сайту несколько облачных хранилищ и управлять ими. Поддерживаются такие облака, как: Amazon S3, Google Storage, Windows Azure Storage от Microsoft, RackSpace, OpenStack. При этом, обеспечивается автоматическая загрузка в хранилище статичных файлов. Кроме того, затем можно автоматически предоставить ссылку для скачивания или просмотра этих файлов посетителям сайта, или встраивать их непосредственно в сайт.

Еще одна программа от компании 1С – «Битрикс24» позволяет объединить рабочие процессы, инструменты и данные компании, позволяя использовать как компьютер, так и мобильный телефон для сбора обратной связи, управления проектами, сроками и ресурсами. Также «Битрикс24.Диск» позволяет хранить данные в облаке, что гарантирует сохранность данных компании без угрозы их утраты.

Таким образом, продукты компании «1С» ничуть не уступают зарубежным облачным сервисам. В данный момент «1С» используется не только в России, но и широко

распространена в Белоруссии, Киргизии, Латвии и Казахстане в том числе. Кроме того, компания продвигает свои продукты за рубежом в Германии, Польше, Болгарии и даже Китае, выходя на новые рынки. Необходимо обратить внимание, что американский сервис OracleCloud предлагает те же самые функции, в том числе и облачное хранение данных. Тем не менее, использование его не рационально, так как сохранность данных значительно меньше, а национальные особенности организации и ведения бухгалтерского учета не берутся во внимание. Поэтому гораздо более удобно применять и развивать уже готовые отечественные разработки.

В заключение стоит сказать, что текущий мировой кризис показывает то, насколько важно использовать и поддерживать разработку национальных облачных технологий и программного обеспечения. Это будет являться гарантом сохранности баз данных, а также повышения эффективности ведения бухгалтерского учета и аудита. Кроме того, большая часть облачных сервисов разрабатывается зарубежными компаниями, которые не адаптируются под национальные стандарты учета, что делает их использование не рациональным.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. SAP Cloud Platform. Что Такое Облачная Платформа SAP? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dataseed.ru/produkty/sap-cloud-platform-chto-takoe-oblachnaya-platforma-sap/>
2. Oracle Cloud [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.audentia-gestion.fr/oracle/oracle-cloud-brief-v2-ru-2565474-ru.pdf>
3. Облачные технологии «1С:Предприятия8» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://v8.1c.ru/platforma/oblachnye-tehnologii/>

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА ПО УРОВНЮ ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Бельгибаев А.А.

Казахстанско-Швейцарский Институт Туризма и Гостиничного бизнеса, Алматы,
м.э.н., лектор

Аннотация

В статье на основе данных бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан проанализированы показатели динамики инвестиций в основной капитал. Обоснована необходимость повышения инвестиционной привлекательности регионов с тем, чтобы создать условия и предпосылки для выравнивания уровня жизни населения и устранения территориального диспаритета в распределении инвестиций.

Ключевые слова: инвестиции, диверсификация, конкуренция, потенциал, риск

Введение

Для устойчивого развития Казахстана нужны инвестиции. От их объема зависят темпы экономического роста, диверсификация национальной экономики, ускоренная модернизация приоритетных отраслей и решение насущных проблем населения. При нехватке капитальных вложений приостанавливается строительство объектов производственной и социальной инфраструктуры.

В Концепции инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года отмечается, что «несмотря на глобальный кризис, Казахстан остается привлекательным для прямых иностранных инвестиций и является безусловным лидером по притоку иностранных инвестиций в Центрально-Азиатском регионе. Однако, чтобы сохранить и укрепить данное положение в текущих геэкономических и геополитических условиях

Казахстану необходимо активно действовать на опережение в борьбе за иностранные инвестиции и создавать для инвесторов наиболее оптимальные условия» [1].

Методология

Для проведения научных исследований использован ряд методов. Так, методом научной абстракции выявлена взаимосвязь между инвестиционной привлекательностью и устойчивым развитием страны. Экономико-статистическим методом проведен анализ структуры инвестиций в территориальном разрезе и по сферам деятельности. С помощью графического метода показана динамика инвестиций в основной капитал.

Результаты исследования

В условиях ограниченности финансовых ресурсов усиливается конкурентная борьба за инвестиции как между странами, так и между регионами внутри страны. Каждое государство проводит целенаправленную инвестиционную политику, воздействуя с помощью прямых и косвенных методов на параметры инвестиционного потенциала и инвестиционного риска.

При анализе динамики инвестиции в основной капитал за период с 1991 года по 2021 годы было обнаружено, что в Казахстане четко прослеживается тенденция роста объема инвестиций. На рисунке 1 наглядно показано, что если в 1991 году было привлечено всего 47 миллион тенге инвестиций, то в 2021 году объем инвестиций в основной капитал составил 13 242 233 млн. тенге.



Рисунок 1 - Динамика инвестиций в основной капитал в Казахстане

Примечание- Составлено на основе данных источника [2]

Следует отметить, что в 2021 году в структуре инвестиций преобладала частная собственность. На долю государственной собственности приходилось 15,93% и на долю иностранных инвестиций соответственно 10,84%. Соотношение форм собственности изображено на рисунке 2.

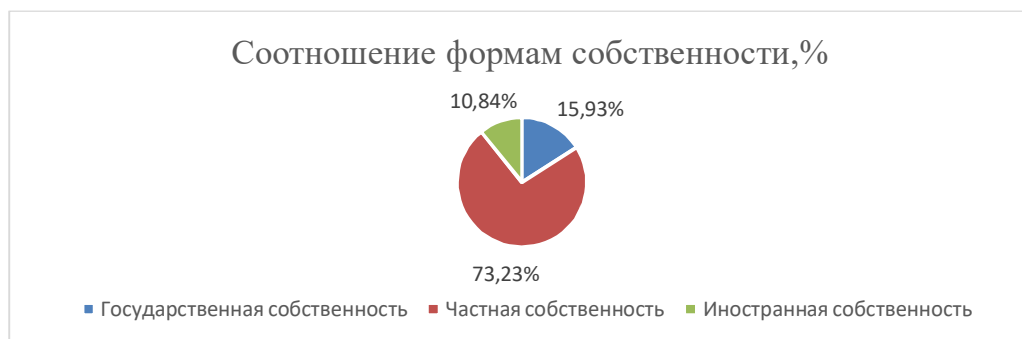


Рисунок 2 – Структура инвестиций в основной капитал по формам собственности

Примечание – Составлено на основе данных источника [2]

При анализе структуры инвестиций в территориальном разрезе было выявлено, что наблюдается дифференциация по уровню инвестиционного развития. Как показывают данные таблицы 1, Атырауская область является лидером по привлечению инвестиций. В то время как на долю Кызылординской области падает 2,3 % и на долю Северо-Казахстанской области - 2,5% инвестиций. Не будет преувеличением утверждать, что показатели объема привлеченных инвестиций в суммарном выражении характеризуют результативность деятельности государственных органов, бизнеса и гражданского общества по формированию благоприятного инвестиционного климата.

Таблица 1

Распределение инвестиций в основной капитал по регионам Казахстана в 2021 году

Наименование области	Объем инвестиции, млн.тенге	В процентах, к итогу
Акмолинская	514 683	3,9
Актюбинская	817 136	6,2
Алматинская	733 426	5,5
Атырауская	2 910 114	22,0
Западно- Казахстанская	428 742	3,2
Жамбылская	398 609	3,0
Қарағандинская	796 866	6,0
Костанайская	431 179	3,3
Кызылординская	308 941	2,3
Маңғистауская	629 138	4,8
Павлодарская	571 927	4,3
Северо-Казахстанская	333 149	2,5
Туркестанская	659 114	5,0
Восточно- Казахстанская	834 080	6,3
г.Астана	1 225 027	9,3
г.Алматы	1 187 620	9,0
г.Шымкент	462 482	3,4
Республика Казахстан	13 242 233	100,0
Примечание- Составлено на основе данных источника [2]		

Инвестор, принимая решение о вложении собственных средств, скрупулезно изучает социально- экономическую ситуацию и политическую обстановку в стране, предоставляемые гарантии, рейтинговые оценки, экономическую эффективность проектов.

В последнее время на всех иерархических уровнях повышению инвестиционной привлекательности страны и регионов уделяется важное значение. Разрабатываются системные меры по созданию благоприятных условий, формированию положительного имиджа и устранению барьеров для привлечения иностранных инвестиций.

В результате заметны структурные сдвиги в распределении инвестиций в основной капитал по сферам деятельности. Для сравнения, если в сельском, лесном и рыбном хозяйстве в 2017 году объем инвестиций составлял 348481 миллион тенге, то в 2021 году значение анализируемого показателя было равно 772475 миллион тенге. Иными словами,

инвестиции в рассматриваемую отрасль увеличились более чем в 2,2 раза как следствие в общей структуре инвестиций доля сельского, лесного и рыбного хозяйства достигла 5,83 %.

Инвестиции в операции с недвижимым имуществом за этот период увеличились с 1128005 миллион тенге до 2597288 миллион тенге, в здравоохранение и социальные услуги соответственно с 93717 миллион тенге до 187287 миллион тенге.

Следует отметить, что в дальнейшем «Казахстан сосредоточит внимание на привлечении инвестиций в торговлю, транспорт и логистику, здравоохранение, образование, туристскую отрасль, информационно-коммуникационные технологии, космическую отрасль. Акцент в сфере услуг будет сделан на развитие необходимой инфраструктуры, совершенствование инвестиционного климата, поиск и реализацию новых инвестиционных проектов» [1].

Обсуждение результатов

Между тем, «инвестиции определяют структуру экономики, производительность труда, материалоемкость и энергоемкость производства, потребительские свойства выпускаемой продукции, производимых работи оказываемых услуг. По существу, они определяют будущий облик экономики» [3].

Привлечение инвестиций по разным сферам деятельности позволит создать рабочие места, решать проблемы занятости и уменьшения безработицы, роста доходов населения и повышения конкурентоспособности национальной экономики.

Выводы

Высокий инвестиционный потенциал и умеренные инвестиционные риски способствуют притоку капитала в национальную экономику. По этой причине, для активизации инвестиционной деятельности в регионах необходимо на основе системного подхода реализовать меры по повышению инвестиционного рейтинга, что будет влиять непосредственно на принятие решения инвестора о вложении средств в то или иное территориальное образование.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об утверждении Концепции инвестиционной политики Республики Казахстан до 2026 года. Постановление Правительства Республики Казахстан от 15 июля 2022 года № 482//<https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000482>
2. Инвестиционная и строительная деятельность в Республике Казахстан. Статистический сборник / на казахском и русском языках. Астана, 2022.-С.5,9
3. Инвестиции и инвестиционная деятельность организаций : учебное пособие / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Т. К. Руткаускас. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 316 с.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ – УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ТРЕНД В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

Смурыгина Д.В., Саленик М.В.

студентки 3 курса направления Менеджмент организации
очной формы обучения Тверского филиала РАНХиГС, г. Тверь

Научный руководитель: Бадикова Т.А.
к.п.н., доцент

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению современного тренда управления экономическими системами в российской экономике – цифровизации. Проанализированы современные тренды в развитии цифровых технологий в сфере бизнеса.

Ключевые слова: цифровизация, тренд, бизнес, цифровые технологии, тренд управления, трансформация, аналитика данных.

Keywords: digitalization, trend, business, digital technologies, management trend, transformation, data analytics.

В современном мире новой тенденцией стало экономическое развитие и проникновение цифровых технологий во все сферы человеческой деятельности. Теперь цифровые решения помогают использовать инновации так, чтобы это было простой рутинной задачей. Новые цифровые технологии применяются во многих направлениях, таких как государственный сектор, предпринимательство и повседневной жизни граждан. А для развития и ускоренного внедрения цифровизации в Российской Федерации реализуется принятая программа поддержки «Цифровая экономика Российской Федерации» [1].

Цифровизация поменяла взгляд и деятельность предпринимательских подходов несмотря на то, какого масштаба этот бизнес, маленький или большой, все экономические сферы попали под влияние трендов, но стоит также понимать, что цифровая трансформация это не только тренд, но и необходимость в современном мире.

Цифровизация процессов обуславливается глобализацией и переосмыслением бизнес подходов, IT-системы помогают организациям эффективно расходовать свои ресурсы за счет автоматизации процессов и оптимизации издержек, это позволяет согласованно работать всей экосистеме компании.

Главный принцип цифровизации — это аналитика данных. Это процесс, связанный с преобразованием известных данных в полезные умения и знания, которые можно с легкостью применять на практике.

Стоит понимать, что термин «цифровая трансформация бизнеса» и «цифровизация бизнеса» не тождественны. Специалисты разделяют эти понятия, схожих, но неравных: цифровая трансформация – это этап, который следует за оцифровкой данных. Оцифровка — это перевод одних данных и письменных, устных и других форматов в цифровой формат. А Цифровизация (Digitalization) — это оцифрованные данные, которые уже используют чтобы оптимизировать компьютерные операции. Еще более фундаментальный процесс, где происходит преобразование всей организации посредством цифровых решений является цифровая трансформация. Ее главной целью считается создание новых каналов продаж, решений, выход на современные рынки сбыта, все это помогает формировать другие базы получения чистой прибыли, что соответственно увеличивает позиции организации на рынке и повышает ее стоимость.

Этап цифровизации, как правило, включает в себя автоматизацию производства. Ноу цифровизации более масштабная цель — это изменение рабочей модели организации в совокупности и достижение полной цифровой трансформации.

С точки зрения Т.А. Головиной, А.В. Полянина, Ю.В. Вертаковой цифровая трансформация бизнеса – это «качественное улучшение производственных и бизнеспроцессов за счёт внедрения инноваций и адаптации бизнес-моделей к условиям современной цифровой экономики» [5]. Позиция Б. М. Гарифуллин, В.В. Зябриков такова, что цифровая трансформация бизнеса может происходить во внешней или внутренней среде фирмы по инициативе руководства[2].

Переходя к преимуществам цифровизации, можно отметить: повышение производительности труда; создание рабочих мест; конкурентоспособность компании; снижение издержек производства; повышение удовлетворения человеческих потребностей; преодоление бедности и социального неравенства. Все это говорит о необходимости использования цифровых технологий во всех сферах жизни.

Однако внедрение цифровых технологий связано с большим количеством рисков и проблем. Среди возможных рисков использования цифровых технологий выделяются следующие – безработица в следствии сокращения рабочих мест, неравные условия в доступе к интернету - жители разных стран и разных социальных групп не имеют равного доступа к услугам и продуктам, помимо доступа к информации страдает качество

образования, несанкционированный доступ к личной информации и другие многие угрозы связанные с кибербезопасностью.

«Сегодня компании отличаются не продуктом, а системой управления» (Герман Греф). Конкуренция продуктов сменяется конкуренцией моделей управления: побеждают компании, в которых бизнес-процессы экономны, прозрачны и эффективны. Добиться этого можно благодаря цифровизации. Цифровизация – управленческий тренд. В исследовании «Цифровая трансформация в России: ваше конкурентное преимущество» [1] «цифровизация определяется как внедрение цифровых и информационных технологий в бизнес-процессы компании, а цифровая трансформация представляет собой эволюцию бизнеса, предполагающую, помимо внедрения цифровых технологий, организационные изменения». [3]

Направления с ведущими цифровыми трансформациями бизнеса в России в настоящее время являются:

- Новая система взаимодействий между исполнителями, заказчиками, работниками и работодателями;
- Новые формы коммуникаций между предпринимательствами;
- Появление на рынке новых товаров и услуг;
- Апробирование новых бизнес-моделей.

Рассмотрим, что в целом поменялось в работе управленцев. Сегодня актуальна тема внедрения новых методов работы с информацией, то есть цифровизация управленческого процесса, для того чтобы повысить качество услуг и товаров, облегчить бизнес-процессы в организации и сделать их максимально эффективными.

Например, фирма по типу маленького магазина одежды, установившая себе CRM для ускорения процессов и обработки заказов, доставки, находится в периоде digitalization. А если тот же шоурумбудет применять искусственный интеллект для обучения персонала, это уже будет дигитализация бизнеса – внедрение технологий в руководство, ради полной замены прошлых образов и средствуправления бизнеса инновационными решениями.

У менеджера имеются две первостепенные задачи: быстро принимать решения, исходя из анализа данных и имеющейся информации, и управлять сотрудниками.на сегодняшний день инструментарий менеджеров гораздо шире, чем у управленцев прошлых веков, которые опирались только на свои знания и умения.

Цифровые системы упрощают работу менеджера. Программа для цифровизации управления позволяет:

- Ускорять выработку решений и поиск проблем.
- Помогать делать предсказуемые и прозрачные решения на основе анализов процессов.
- Компания становится более маневренной, а управляемость становится проще.

Именно поэтому в ключевые компетенции менеджера должны входить базовые умения владения цифровыми технологиями, так как без этих основ нет возможности грамотно управлять и контролировать бизнес-процессы.Список компетенций растет по мере разработки цифровых технологий.

Цифровизация – это также накопление и работа с клиентским опытом.Потребитель, толкает к развитию компании, а в условиях цифровизации помогаетвыстроить правильное взаимодействие с покупателем.

Стоит понимать, что цифровизация не только помогает управлять процессами в организации, но и обеспечивать комфортное общение с клиентами, и как следствие повысить средний чек, оптимизировать расходы, таких время, силы персонала, а рутинные задачи отдать на мониторинг искусственному интеллекту, а людям передать творческую деятельность и связанные с этим задачи.

Те фирмы, которые смогли перестроиться и адаптироваться к новым требованиям рынка, т.е.цифровизироваться,стали более гибкими и быстрыми, они моментально реагируют на меняющиеся условия среды: экономическо-социальные и политические

кризисы, спрос и предложение, атаки конкурентов, и т. п. Это ускорило их бизнес-процессы и позволило организации развиваться и не терять прибыль, где другие не выдерживают конкуренции, банкротятся и падают в рейтинге рыночных позиций.

Здесь появляются новые возможности для роста и его развития. Становится меньше рутинных задач, а производительность растёт. Благодаря информационным технологиям команды могут работать удаленно над одним и тем же проектом, сотрудничать с зарубежными фирмами, без больших финансовых затрат. Упрощается процесс выстраивания производственных цепочек, нахождения партнеров, выстраивание финансовых систем, которые в дальнейшем смогут грамотно выстроить деятельность фирмы. Цифровизация помогает надёжно защитить финансовые средства компании, найти инвесторов, повысить репутацию организации, упростить взаимодействие с клиентами без посредников.

Говоря о цифровизации невозможно не затронуть тему автоматизации, которая является первым шагом к цифровизации управления. Цифровизация процесса тесно связана с автоматизацией, т.е. таким комплексом, который избавляет от рутинных задач, именно эти современные инструменты освободят работника от скучных действий, которые может выполнить программное обеспечение, и перейти на более сложные творческие процессы.

Если использовать таблицу Excel, то можно легко автоматизировать бизнес-процессы при помощи формул, которые будут автоматически высчитывать любые хозяйственные операции, такие как прибыль, налоги, НДС, заработная плата, премии и многое другое, что связано с финансовыми показателями или подсчетом количественных единиц. Конечно, это самый простой пример, того, как можно использовать цифровизацию производства, но такие инструменты очень важны, например, для малого бизнеса, который не может себе позволить дорогостоящие программные обеспечения.

Сегодня есть ряд сервисов, которые могут помочь в ведении бизнеса, они просты в использовании и очень удобны:

- Программное обеспечение в бухгалтерском секторе. Программа «1С», где ведётся учёт хозяйственных операций, создаются документы, автоматизируются процессы, фиксируются данные и события, вычисляются финансовые показатели.

- Программное обеспечение позволяющее управлять контентом. Bitrix, WordPress, Joomla, конструкторы Tilda, позволяют легко руководить процессом на веб-ресурсах, независимо от их размеров и масштабов.

- Программное обеспечение, которое управляет задачами. Jira, Redmine, Trello позволяют менеджерам давать поручения сотрудникам и следить за их выполнением, а также устанавливать сроки выполнения.

- Программа обеспечивающая автоматический документооборот в организации. SAP, Directum, OpenText, помогают создавать и систематизировать, хранить любые документы.

- Программное обеспечение контролирующее учёт деятельности организации и взаимодействия с клиентами. CRM, ERP помогают отражать взаимодействие с новыми, вовлеченными и старыми клиентами.

Очень многих управленцев останавливает использование цифровизации, так как они уверены, что это большие расходы, не только денежные, но и трудовые. Конечно, без усилий не внедрить IT-систему, но если всё спланировать и выделить на это финансы, то в скором времени это принесет результат и усилия окупятся. Такие вложения окупаются довольно быстро, в течении 2-12 месяцев, зависит от объемов предприятия и уровня оборудования, на котором будут производиться данные работы.

Наряду с этим, цифровизация несет не только прямые выгоды, но и косвенные, она обеспечивает более высокий технологический уровень, а это значит повышается безопасность, конкурентоспособность фирмы, уровень бренда и ускорение рабочих процессов. Digitalization позволяет сделать компанию устойчивой к внешним воздействиям и устойчиво реагировать на кризисные ситуации.

Тем не менее цифровизация управления подразумевает не только больших финансовых вложений, но и повышение квалификации сотрудников и поддержания этого уровня. Это

дает преимущество перед другими фирмами, снижает себестоимость и издержки, повышает уровень обслуживания и оперативные принятия решений.

Основополагающим принципом управления в условиях цифровизации является внедрение новшеств в бизнес и его процессы. Например, команда сотрудников может работать в любых точках мира, независимо от их местоположения, опираясь на оперативное решение при помощи анализа и учета большого количества данных по средствам искусственного интеллекта или специальных программ.

Почти невообразимо без цифровых технологий приблизиться к тому уровню обработке данных, на котором сейчас находится наше общество. Но, чтобы двигаться дальше нужно расширять свое присутствие в цифровом формате. Можно с уверенностью сказать, что это преимущество является значительным. Некоторые организации присутствуют только в цифровом формате, то есть что у них нет автономного существования.

Внедрение цифровых технологий не только увеличивает цифровое присутствие компании, но и стимулирует создание новых коммуникационных каналов. Электронная почта, мобильные приложения и сервисы, социальные сети, все это примеры новых каналов связи. Используя возможности цифровых каналов связи, есть шанс реализовать различные стратегии. Это поднимает ваши шансы увеличить прибыль от продаж и преданность клиентов, но с другой стороны - есть некоторые новые обязанности! Вы, как владелец бизнеса, должны позаботиться обо всех этих каналах связи и вместе со своей командой разработать стратегии использования этих каналов. Помните, дело не в количестве, а в качестве. Вы можете иметь 10 плохо спроектированных и автоматизированных каналов продаж и при этом не видеть сумму дохода, которую вы ожидали. Но предположим, что у вас есть 2-3 профессионально разработанных и полностью автоматизированных канала продаж, которые принесут больше дохода, чем вы могли себе представить. Стоит понимать, чем больше каналов коммуникации и продаж, тем больше ответственности.

Сегодня крайне сложно оценить эффективность цифровой экономики по коэффициентам и цифрам. Из-за того, что отсутствует единый подход к оценке, не составлена методология расчета ключевых показателей, которая бы четко давала инфографику происходящего. Анализа цифровой экономики сейчас недостаточно, чтобы сделать какие-либо разумные выводы. Однако уже сейчас можно с уверенностью сказать, что цифровые технологии прочно вошли в нашу жизнь, стали основой эффективного менеджмента, современным трендом управления экономическими системами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. протоколом заседания президиума Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам от 4 июня 2019 г. №7). URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>
2. Л.А. Вагутина, Е.Ю. Злобина, Е.Б. Хоменко // Экономика // ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА: Современные вызовы и тенденции. //2021. № 5. // Стр. 545-550
3. Дружинин А. М. Стратегия обмена знаниями в цифровой экономике — М.: Проспект, 2016. Попов Е. В., Семячков К. А. Особенности управления развитием цифровой экономики — М.: Кнорус, 2020.
4. Стефанова Н. А., Седова А. П. Модель цифровой экономики 2 — М.: Юрайт, 2017.
5. Каргина Л. А., Лебедева С. Л. / Ц 75 Цифровая экономика: Учебник / Авторы-составители: Л. А. Каргина, С. Л. Лебедева [и др.]; под ред. Л. А. Каргиной. — М.: Прометей, 2020. — 220 с.
6. Кузнецова Т. Ф. Цифровизация как культурная ценность и цифровые технологии // Горизонты гуманитарного знания. 2019. № 5. С. 3.

ИНДУСТРИЯ ТЕХНОЛОГИЯСЫ 4.0: ӨНЕРКӘСІПТІК КОМПАНИЯЛАРДЫҢ ӨНІМДІЛІГІН АРТТЫРУҒА ӘСЕРІ

Болатқызы А.

Қазақстанның инновациялық және телекоммуникациялық жүйелер университеті

Кіріспе

Еліміздің негізгі стратегиялық құжаты «Қазақстан-2050» ұзақ мерзімді стратегиясы болып табылады, онда Мемлекет басшысы еліміз үшін әлемнің дамыған отыз елінің лигасына кірудің басты мақсатын айқындады.

Клаус Мартин Шваб экономикада болып жатқан өзгерістерді Төртінші өнеркәсіптік революцияны Индустрия 4.0 деп атады және оның экономикалық тарихтағы орнын былайша сипаттады: «бірінші өнеркәсіптік революция» XVIII ғасырдың екінші жартысында, су мен будың көмегімен қол еңбегінен машинаға өту мүмкіндігі пайда болған кезде басталды. Екіншісі электр энергиясын игеруге байланысты жаппай конвейер өндірісінің дамуымен сипатталды. Біз өткен ғасырдың екінші жартысында цифрлық компьютерлерді құрудан және ақпараттық технологиялардың кейінгі эволюциясынан басталған үшінші өнеркәсіптік (немесе цифрлық) революция дәуірінде өмір сүріп жатырмыз. Бүгінде ол біртіндеп Төртінші өнеркәсіптік революцияға айналуға, ол технологияның бірігуімен және физикалық, цифрлық және биологиялық әлемдер арасындағы сызықтардың бұлыңғырлығымен сипатталады» [Schwab К., 2016].

Әдебиеттерге шолу

Клаус Шваб. «Четвертая промышленная революция» кітабында біз индустриалды революция кезеңінде өмір сүріп жатырмыз, ол өзінің ауқымы бойынша алдыңғы үшеуіне карағанда жаһандық және күрделі болады, - деп сипаттаған.

Питер Вайл, Стефани Ворнер. «Цифровая трансформация бизнеса. Изменение бизнес-модели для организации нового поколения» кітабында бизнес-модельдерді цифрландыру саласындағы негізгі стратегиялық шешімдер мен мақсатқа жету қадамдары сипатталады.

Сэмюэл Грингард. «Интернет вещей. Будущее уже здесь» кітабында, бірнеше жылдан кейін жаңа жүйелер ақылды желілер мен қалаларды құруға мүмкіндік береді, олар үнемі өзгеріп отыратын жол жағдайына, тұтыну әдеттеріне, ауа - райына және басқа да көптеген өзгермелі факторларға тез бейімделеді, - дейді. Осы пікірге сүйене отырып, болашақта біздің елде де күнделікті болып жатырған өзгерістерге адамдар тез бейімделу үстінде.

Тью Блуммарт, Стефан Ван ден Брук, Эрик Колтоф. «Четвертая промышленная революция и бизнес. Как конкурировать и развиваться в эпоху сингулярности» кітабында инновацияны жеделдету бойынша бірегей бизнес-кейстер талданған, болашақта бәсекеге қабілетті болғысы келетін бизнес үшін қажетті қадамдар берілген. Бұл кәсіпкерлік саласындағы мамандар үшін керек дүние.

Эрик Шеффер. Индустрия Х.О. «Преимущества цифровых технологий для производства» кітабында өнеркәсіптік кәсіпорындарға жаңа қызметтер мен бизнес-модельдерді қолдана отырып, цифрландыру мүмкіндіктерін игеруге көмектесу жүйесі көрсетілгендей, біздің отандық кәсіпорындар да цифрландыруға көшуде өндіріс пен қызмет көрсету саласында соңғы модельдерді қолданып жатыр.

2017 жылы «Индустрия 4.0» ұғымы қазақстандық экономистер мен кәсіпкерлердің қолданысына берік енді. Төртінші өнеркәсіптік революция жұмысшылардың білімі мен құзыретіне қойылатын талаптарды күшейтеді. Индустрия 4.0-бұл физикалық объектілерді, процестерді және цифрлық технологияларды біріктіру арқылы қосымша құндылық қамтамасыз етілетін өндірісті ұйымдастыру тұжырымдамасы. Бұл ретте цифрлық технологиялар нақты уақыт режимінде физикалық процестерге мониторинг жүргізуге, өз бетінше шешім қабылдауға, машиналардың өздері мен адамдар арасындағы өзара іс-қимылын бақылауға мүмкіндік береді.

Қазіргі уақытта Қазақстандағы көптеген кәсіпорындар цифрлық технологияларды өндірістік процестерге енгізуге кірісті, бұл өндірісті бақылаудың онлайн режиміне ең аз шығынмен көшуге мүмкіндік берді.

Цифрландыру өндірістің икемділігін арттырады, жаңа өнімді нарыққа шығару уақытын қысқартады, бұл жаңа бизнес-модельдерді іске асыруға мүмкіндік береді. Мұның бәрі өнеркәсіп кәсіпорындарының тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін едәуір арттырады:

- процестерді оңтайландыру, нақты уақыт режимінде деректерді жедел талдау мүмкіндігі,

- төтенше жағдайлар мен тоқтап қалуларды азайту, қызметкерлер мен жабдықтардың өзара әрекеттесуін жақсарту есебінен еңбек өнімділігі орта есеппен 10-20% - ға артады;

- еңбек қауіпсіздігі аса қауіпті аймақтарда және жарақат алу деңгейі жоғары жерлерде адам еңбегін барынша азайту есебінен қамтамасыз етіледі.

Бүгінгі таңда 4.0 индустриясын енгізу қарқынды жүріп жатыр және бірде-бір ел одан тыс қала алмайды. Индустрия 4.0 технологияларының көмегімен салалардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру жөніндегі мемлекеттік бағдарламалар көптеген елдерде, Германияда, Қытайда, Мексикада, Италияда, Латвияда, Ресейде және т. б. қабылданды.

Зерттеу әдістемелері

Зерттеу қосымша деректерге негізделген: нормативтік құжаттар, ресми статистика, басқа авторлардың зерттеулері. Зерттеудің әртүрлі кезеңдерінде қолданылатын әдістерге жіктеу, салыстырмалы библиографиялық талдау, отандық және шетелдік зерттеулердің мәліметтерін салыстыру, теориялық әртүрлі көздерден алынған бастапқы мәліметтерді талдау үлгілері мен нәтижелері.

Елдердегі Индустрия 4.0 тұжырымдамасына көшу өндірістік шығындарды оңтайландыру, жаңа кіріс көздерінің пайда болуы, жаңа тауашалардың пайда болуы, еңбек жағдайларын жақсарту, жазатайым оқиғаларды азайту және өндірістегі жарақаттану арқылы кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру мүмкіндігімен байланысты.

Индустрия 4.0 технологияларын енгізудің пайдасына келетін болсақ, бұл технологиялар қысқа мерзімде өндірісті қашықтан режимге қайта бағыттауға және тіпті жаңа өндірісті өрістетуге мүмкіндік берді, Осылайша, Индустрия 4.0 технологиялары пандемия кезінде де өндірісті тоқтатпауға және өз қызметін жалғастыруға мүмкіндік берді, нәтижесінде ел экономикасы оңтайлы деңгейде дамыды.

4.0 индустриясы жұмысшылардан түбегейлі жаңа дағдыларды талап ететіндіктен, жұмыс орындарының бір бөлігі уақыт өте келе жоғалады (негізінен бұл монотонды қол еңбегі) және жаңа мамандықтар пайда болады. Компаниялар өз кадрларына цифрлық технологияларды үйренуге және қайта даярлаудан өтіп, жаңа жұмыс орындарына ауысуға мүмкіндік береді.

Индустрия 4.0 технологияларын қолдану өндірістің аса зиянды және қауіпті секторларында өндірістік жарақаттану мен кәсіптік сырқаттанушылық деңгейін төмендетудің пәрменді әдісі болып табылады. Мысалы, тау-кен жұмысшыларының позициялау жүйесін қолдану диспетчерге және объектінің командалық пунктіне нақты уақыт режимінде ақпарат бере отырып, барлық тау-кен қазбаларында адамның орналасқан жерін анықтауды қамтамасыз етеді, бұл авариялық жағдайларда жедел әрекет етуге мүмкіндік береді.

Экономикалық өсудің жаңа моделі Қазақстанның ұлттық экономикасының жоғары бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуге арналған. Бұл адамдардың кәсіби дайындығы мен мотивациясының өте жоғары деңгейін талап етеді. ХХІ ғасырдың дамып келе жатқан даму парадигмасы адами капиталдың сапасын бірінші орынға қояды.

Үш негізгі драйвер толық күшіне енді:

Біріншісі-технологиялық экономика. Бұл негізгі салаларды технологиялық жаңарту және цифрландыру және олардың әлемдік нарықтардағы позицияларын күшейту. Бұған агроөнеркәсіптік, тау-кен металлургиялық және отын-энергетикалық кешендер жатады. Олар экономиканың негізін құрайды және орта мерзімді перспективада басқа салалар үшін

козғалтқыш болып қала береді. Операциялық тиімділікті арттыру, қайта өңдеуді барынша тереңдету, жаһандық жеткізілім тізбегіне қосу-оларды дамытудың бағдарлары. Бірінші драйвердің арқасында біз терең өсеміз.

Екінші драйвер-экспортқа бағытталған экономика. Бұл жаңа қазақстандық тауарларды сыртқы нарықтарға шығаруға баса назар аудара отырып, өңдеуші өнеркәсіпті одан әрі индустрияландыру. Біз жоғары технологиялық қайта бөлу тауарларын өндіруге қабілетті жүйе құраушы жобаларды іске асыруға бәс тігеміз. Бұл "ауырлық орталықтары" индустриялық кәсіпкерліктің маңызды массасын қалыптастыруға мүмкіндік береді. "Индустрия 4.0" технологияларын енгізу негіз болады. Екінші драйвердің арқасында біз ені бойынша өсеміз.

Үшінші драйвер-жаңа экономика. Бұл жаңа индустрияларды қалыптастыру және қызмет көрсету саласын дамыту. Цифрландыру және технологиялық революция экономиканың дәстүрлі салаларының негізінде және айналасында жаңа индустриялардың пайда болуына мүмкіндік туғызады. Жаңа индустриялар тауарлар өндірісінде де, қызмет көрсету саласында да пайда болады. Экономиканың жаңа "өсу нүктелері" экспортқа бағдарланған және жоғары өнімді қызметтер болуға тиіс. Бұл, мысалы, көлік және логистика, аэроғарыштық қызметтер, инжиниринг, АКТ, білім беру, медициналық туризм. Үшінші драйвердің арқасында біз жоғарыға көтерілеміз.

Индустрия 4.0 алдыңғы революциялардан келесі міндетті белгілермен ерекшеленеді:

- Цифрландыру және құн тізбегі бойынша тік интеграция. «Индустрия 4.0» өнімдерді әзірлеу мен сатып алудан бастап өндіріске, логистикаға және сервистік қызмет көрсетуге дейінгі бүкіл ұйым шеңберінде процестерді тігінен цифрландыруды және интеграциялауды көздейді. Операциялық процестер, олардың тиімділігі, сапаны басқару және операциялық жоспарлау туралы барлық деректер нақты уақыт режимінде бірыңғай ақпараттық кеңістікте қол жетімді, әртүрлі платформалар үшін оңтайландырылған [Бауэр., Patel M., VeiraJ., 2016; Трачук А.В., 2014].

-Бірнеше құн тізбегін цифрландыру және көлденең интеграциялау. Көлденең интеграция бір кәсіпорынның қызметінен асып түседі және жеткізушілерді, тұтынушыларды және құн тізбегіндегі барлық негізгі серіктестерді қамтиды. Серіктестердің кіріс параметрлерін ескеретін интеграцияланған жоспарлау құралдары қолданылады (жеткізу уақытының өзгеруі, өндіріс көлемінің өзгеруі және т.б.), бұл жоспарларды тез түзетуге мүмкіндік береді [GeissbauerR., SchraufS., Kochetal., 2014; Трачук А.В., Линдер Н.В., 2016].

-Өнімдер мен қызметтерді цифрландыру. Тауарларды цифрландыру қолда бар өнімдерді ақылды датчиктермен немесе деректерді талдау құралдарымен үйлесімді байланыс құрылғыларымен толықтыруды көздейді. Жаңа аналитикалық әдістерді енгізу арқылы компаниялар өнімдерді пайдалану туралы деректерді алуға және осы өнімдерді соңғы пайдаланушылардың жаңа талаптарына сәйкес өзгертуге мүмкіндік алады [BauerH., Patel M., VeiraJ., 2016; Трачук А.В., Линдер Н. В., Убейко Н. В., 2017].

-Сандық бизнес модельдері және клиенттерге қол жетімділік. Жетекші салалық компаниялар сонымен қатар олар ұсынатын қызметтердің ауқымын кеңейтіп, революциялық цифрлық шешімдерді ұсынады, мысалы, деректерге негізделген кешенді дербестендірілген қызмет және интеграцияланған платформалар [GeissbauerR., SchraufS., Kochetal., 2014; Трачук А.В., Линдер Н.В., Антонов Д. А., 2014].

-Жаңа цифрлық бизнес үлгілері көбінесе цифрлық шешімдерден қосымша табыс алуға, тұтынушылармен өзара әрекеттесуді оңтайландыруға және тұтынушылардың қолжетімділігін жақсартуға бағытталған. Сандық тауарлар мен қызметтер көбінесе клиенттерге жеке цифрлық экожүйеде кешенді шешімдер ұсыну арқылы қызмет көрсетуге арналған ["Индустрия 4.0", 2016].

-Дамыған технологиялық платформа. Кәсіпорындар цифрландыру мен интеграцияны қамтамасыз ететін жоғары технологиялық машиналар мен жабдықтарды, ақпараттық-коммуникациялық шешімдерді және киберфизикалық жүйелерді пайдаланады. Дамыған технологиясыз барлық алдыңғы атрибуттарды практикалық тұрғыдан жүзеге асыру

проблемалы [Geissbauer R., Schrauf S., Koch V. et al., 2014; Линдер Н. В., Арсенова Е. В., 2016; Трачук А.В., 2013].

Көптеген компанияларда ақпараттық жүйелер бір-бірімен біріктірілмеген немесе ішінара біріктірілген. Сондай-ақ, өндірушілер, жеткізушілер мен тұтынушылар бір-бірімен өте сирек біріктіріледі. 4.0 индустриясы бір компанияның ішіндегі функционалды бөлімшелер мен бүкіл компаниялар бірден бірнеше құндылық тізбегін автоматтандыру мақсатында жалпы әмбебап ақпараттық кеңістікті құрайды деп болжайды. Қазіргі уақытта өндірістегі кейбір жабдықтар ғана машинааралық қосылымды (M2M) пайдаланады және кіріктірілген есептеу қуатын пайдаланады. Заттардың өнеркәсіптік интернеті кіріктірілген датчиктермен өндірістік объектілердің көбеюін және тіпті аяқталмаған өнімдерді жабдықтауды қамтиды. Бұл машиналар арасында да, орталықтандырылған бақылау жүйелері арасында да үлкен көлемдегі деректерді беруге, нақты уақыт режимінде жұмыс істеуді қамтамасыз ете отырып, талдау және шешім қабылдау жүйелерін орталықсыздандыруға мүмкіндік береді.

Басқаруда және өндірісте көптеген компаниялар әлі де жабық және сыртқы әлеммен байланыссыз ақпараттық технологиялардың шешімдеріне сүйенеді. Қосылымдарды ұлғайту және Индустрия 4.0 ұсынатын стандартты қосылым протоколдарын пайдалану арқылы негізгі өндірістік жүйелер мен желілерді киберқауіптерден қорғау қажеттілігі айқын болады. Сондықтан қауіпсіз байланыстар және жүйелерге қол жеткізуді басқарудың сенімді тәсілдері корпоративтік ақпараттық жүйелерді дамытудың ажырамас шарты болып табылады.

Көптеген компаниялар бұлтқа негізделген платформаларға негізделген бағдарламалық жасақтама мен талдау жүйелерін қолданады. 4.0 индустриясы жеке компаниядан тыс деректермен алмасу ағындарын көбейтуді көздейді. Құбылмалы платформалардың есептеу қуаты да артып келеді. Болашақта өндірістік бақылау және бақылау жүйелері бұлтты платформаларға ауысуы мүмкін.

Толықтырылған шындық жүйелері қоймадағы жұмысты және компоненттерді таңдауды оңтайландырады, жабдықты жөндеу кезінде өндірістік жұмысшылардың мобильді құрылғыларына бағыттау арқылы нұсқаулар жібереді. Индустрия 4.0 шеңберінде оларды қолдану аясы өндірістік персоналдың жұмысын жеңілдету және шешім қабылдауды қолдауды қамтамасыз ету мақсатында кеңейтілетін болады.

Барлық негізгі стейкхолдерлер жүйеде бар ақпаратқа қол жеткізе алады. Мысалы, бизнес пайдаланушылары жоспарланған жұмыстар, басымдықтар, қажетті ресурстар, техникалық қызмет көрсету кестелеріндегі ықтимал қақтығыстар және оларды орындаудағы ағымдағы прогресс туралы күнделікті және апта сайынғы есеп ала алады. Жақсартылған үйлестіру мен техникалық қызмет көрсетуді жоспарлау интеграциясының нәтижелері өте айқын:

- жабдықты жоспарланбаған өшіру саны айтарлықтай азайды;
- реактивті, апаттық жұмыстарға кететін уақыт 47-ге қысқарды%;
- белсенді, профилактикалық қызмет көрсетуге кететін уақыт 61% - ға өсті%;
- пилоттық жобаларды қоса алғанда, қызмет көрсету кестесін сақтау жыл ішінде 22% - ға жақсарды.

Нәтижелер мен пікірталас

Өндірістегі бұл жақсартулар компаниялардың қаржылық нәтижелеріне айтарлықтай әсер етеді.

Өндірістерді трансформациялаудың драйвері «технологияны қолдану - өндіріске әсер ету - қаржылық нәтижелерге әсер ету» өзара байланысы арқылы көрсетілген кәсіпорын қызметінің тиімділігі мен тиімділігін арттыруға деген үмтылыс болып табылады.

Өндірісті цифрландыру-бұл отандық кәсіпорындар үшін өз пайдасын ұлғайтып қана қоймай, дамудың жаңа технологиялық деңгейіне шығуға, жаңа нарықтық тауашаларды табуға мүмкіндік. Қысқа мерзімді экономикалық пайдадан басқа, 4.0 индустриясы бизнес пен қолданбалы ғылым арасындағы ынтымақтастықты нығайтудың тамаша мүмкіндігі болып табылады. Жоғары оқу орындары мен ҒЗИ-дың отандық әзірлемелері өндіріске ресурс

үнемдейтін, тиімділігі жоғары ғылыми негізделген технологияларды ұсына алады. Бұдан басқа, өнеркәсіпті цифрландыру жөніндегі жобалардың айналасында бұдан әрі халықаралық деңгейде бәсекеге түсе алатын ЕҚ саласындағы жаңа жоғары технологиялық сервистік компаниялар құрылатын болады. Мұның бәрі жоғары білікті адами капиталды дамытуға ықпал етеді.

Қорытынды

Бұл талдау шағын және орта бизнес субъектілеріне ағымдағы жағдайды бағалауға, Индустрия 4.0 элементтерін енгізуге дайындық дәрежесі бойынша өндіріс секторларын реттеуге, өнеркәсіпті цифрландыруды ынталандыру шараларын әзірлеуге мүмкіндік береді.

Индустрия 4.0-ге көшу кәсіпорындарға дамудың жаңа технологиялық деңгейіне шығуға және жаңа нарықтық тауашаларды табуға, жаһандық қосылған құн тізбегіне енуге мүмкіндік береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Клаус Шваб. Четвертая промышленная революция. АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка», 2016
2. Питер Вайл, Стефани Ворнер. Цифровая трансформация бизнеса. Изменение бизнес-модели для организации нового поколения. Альпина Паблишер, 2019
3. Сэмюэл Грингард. Интернет вещей. Будущее уже здесь. Альпина Паблишер, 2016
4. Тью Блуммарт, Стефан Ван ден Брук, Эрик Колтоф. Четвертая промышленная революция и бизнес. Как конкурировать и развиваться в эпоху сингулярности. Альпина Паблишер, 2019
5. Эрик Шеффер. Индустрия Х.О. Преимущества цифровых технологий для производства, Точка, 2019

БРЕНД МЕНЕДЖМЕНТІН ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Джұматаев Д.М.

М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті , Жоғары оқу орнынан кейінгі
білім беру институты
ОП 7М04120-Менеджмент, 2 курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: Дарибаева А.С.

Соңғы онжылдықтарда кәсіптік қызмет саласы ретінде жарнама мен қоғамдық қатынастардың қарқынды дамуына байланысты «бренд» термині өте кең тарады. Оның кәсіби тәжірибеде, қоғамдық талқылауларда және күнделікті өмірде пайда болуы әдетте Батыстан белсенді түрде қабылданған коммуникациялық технологиялардың, соның ішінде маркетингтік коммуникациялардың қарқынды өсуімен байланысты.

Бренд - бұл атаудан, символдан немесе суреттен артық: бұл тек тұтынушы жасай алатын қарым-қатынас. Бұл тауар белгісін (қызмет көрсету белгісін), қаптаманы, жарнамалық хабарламаны, материалдарды, сатуды тұтынушыға бірлескен әсерге негізделген өнімге (қызметке) ұзақ мерзімді артықшылықты қалыптастыру қызметі . тауарды (қызметті) бәсекелестерден ерекшелейтін және оның имиджін жасайтын белгілі бір идеямен және дизайнның бір түрімен біріктірілген жарнама және жарнаманың басқа элементтері . Брендке ие болу - бұл компания тарихының жеңісті нәтижесі, оның негізін қалаушылар мен көшбасшылардың, білікті дарынды брендмейкерлердің , олар өздерін қалай атаса да, тағдыры. Әрбір компания атауын бренд деп атауға болмайды, бәрінің де бір бренд болу тағдыры емес, бренд деңгейін ұстап тұру бәрінің қолынан келе бермейді.

Осындай шулы мәлімдемелерден кейін бренд дегеннің не екенін түсіндіргім келеді. Бренд – тауарлық объектінің (компания, өнім, қызмет, идея, тұлға және т.б.) атауы (титул), оның белгілері кең таралған атақ пен бұқаралық санада терең тамыр жайған . Сонымен қатар, брендтің үлкен халық үшін оң белгісі бар.

Брендтің болуы тұтынушылық және басқа да қасиеттері шамамен бірдей болса да, өнім көбірек сатып алынатынын, идеяны ұстанушылар көп болатынын және саясатқа көбірек сайлаушылардың дауыс беретінін білдіреді.

Бренд дегеніміз – сатып алушының өнімді пайдалану нәтижесінде алған әсерлерінің жиынтығы.

Қазақстанда брендинг енді ғана дами бастады, сондықтан барлық өндірушілер нарыққа жаңа брендтерді шығарып қана қоймай, барларын жаңғыртуды да ұмытпау керектігін түсінбейді. Уақыт өте келе кез келген өнім ескіреді. Өнім бірнеше жыл қатарынан сырттай өзгермегенде, оның тұтынушылық назарының шыңында қалу мүмкіндігі іс жүзінде болмайды. Жаңартылған өнім тұтынушылардың назарын көбірек тартады.

Брендтің сәйкестігі өте маңызды, өйткені ол осы нақты брендтің айрықша қасиеттерін, оның функционалдық және эмоционалдық ерекшеліктерін көрсетеді.

Қазіргі уақытта ең кішкентай компаниялар да брендингті міндетті деп санайды. Неліктен брендтер соншалықты маңызды? Оның басты себебі, жақсы брендтер компания табысының негізі бола алады, ал нашар брендтер сәтсіздікке әкелуі мүмкін. Әртүрлі компаниялардың өнімдері мен қызметтері барған сайын ұқсас, дерлік ажыратылмайтын бола бастаған сайын, бәсекелестіктен ерекшелену, олардың айырмашылықтарын көрсету қабілеті барған сайын маңызды және қажет болып отыр.

Брендинг белгілі бір әдістерді, әдістерді және әдістерді қолдану арқылы жүзеге асырылады, бұл дамыған брендті сатып алушыға жеткізуге және оның санасында тауар брендінің бейнесін қалыптастыруға ғана емес, сонымен қатар сатып алушыға тауардың функционалдық және эмоционалдық элементтерін қабылдауға көмектесуге мүмкіндік береді. өнім. Бұл тұрғыда брендинг сатып алушыға өнімді таңдауды және оны сатып алу туралы шешім қабылдауды жылдамдатуға көмектеседі.

Өйткені, көптеген жаһандық брендтердің ұзақ тарихы бар (өткен ғасырдағы Coca-Cola!), Көптеген, тіпті соңғы брендтер маркетинг, жарнама, PR саласындағы менеджерлердің немесе мамандардың дәстүрлі емес әрекеттерінің салдарынан өздігінен пайда болды. Көптеген авторлар PR мен жарнаманы маркетингтік коммуникациялардың одан да кең ауқымына қосады, бірақ барлық жарнама берушілер мен PR адамдары өздерін осы немесе кез келген басқа шеңберде сезіне бермейді.

Маркетологтар үшін мәселе - әдетте білімі бойынша экономистер - олар қалай ойлайтыны бойынша, жарнаманы және әсіресе PR-ды шығармашылық тұрғыдан түсінуге әрқашан көтеріле бермейді. Гуманитарлық ғалымдар брендингті маркетингтің ең жоғары деңгейі деп атай алар еді, бірақ бұл бізге экономика, әлеуметтану, психология, семиотика, дизайн және т.

брендинг туралы айтатын ойдан шығамыз, яғни. жалпыға белгілі, бұқаралық санада терең тамырланған және маңызды жағымды мағынаға ие, компанияның және оның негізгі өнімдерінің имиджі қажет емес.

Қазақстандағы жарнама нарығын зерттеу тек батыстық тәжірибеге немесе ең озық әлемдік деңгейдегі жарнама агенттіктеріне жүгіну менталитеттің жете түсінбейтіндігін көрсетеді. Ерекше мәселе - аға ұрпақ, әсіресе кеңестік жақсы білім алған адамдар - олар батыстық жарнама стилінен мүлдем бас тартады.

Брендинг жұмысы маркетингтік коммуникациялардың әрбір түрі бойынша авторлық әдістерді қолдана отырып, барлық түрлерін қолдануды қамтиды. Кез келген брендті тек PR немесе жарнама шеңберінде құруға болмайтынын ескеріңіз. Жұмыстың негізін жалпы маркетингтік концепция құрайды, оның ішінде PR, жарнама, сатуды ынталандыру, тікелей хаттар, көрмелер, өнімді орналастыру және т.б.

Жалпы маркетинг тұжырымдамасы нарықты зерттеуді, әлеуетті мақсатты аудиторияны бағалауды талап етеді. «Потенциал» сөзінің ерекше мәні бар, өйткені біздің идеяларымыз бойынша біз сұранысқа ілеспей, оны халықтың барлық үлкен топтарын қамтитын белсенді түрде қалыптастыруымыз керек. Бірдей белсенді (агрессивті) стиль бағдарламаның барлық бөлімдерінде жұмыс істейді.

PR-тұжырымдамасы компанияның менеджерлерімен және PR-қызметімен міндетті түрде тығыз ынтымақтастықта жасалады. Қоғамның және негізгі брендтік топтардың алдында фирманың болжалды имиджін анықтау қажет болады. Барлық PR өнімдері (мәтіндік, визуалды, электронды) PR тұжырымдамасына сәйкес келетіні анық.

Компанияның имиджін дамыту және жылжыту бағдарламасы аралық нәтижелермен кезеңдерді (жарты жыл, бір жыл) қарастырады. Өздеріңіз білетіндей, PR-концепция тұтастай компанияның имиджін білдіреді және бұл жағдайда компанияның атауы брендке айналады. Тауарлардың жеке топтарына келетін болсақ, олардың әрқайсысы үшін жарнаманың жеке бағдарламасы және маркетингтік коммуникациялардың басқа әдістері әзірленуде. Барлық әдістер жалпы бағдарлама шеңберінде белгілі бір реттілікпен немесе бір мезгілде (параллель) қолданылады.

Жалпы және жеке бағдарламаларды анықтайтын толық маркетингтік концепция болған жағдайда ғана, оны дайындау бренд құру бағдарламаларының бірінші кезеңі болып табылады, Қазақстанда бренд құру мақсатына жетуге болады.

Бренд кәсіпорын тарапынан пайда көреді.

1. Тұтынушылардың адалдығын білдірді. Сенімді қалыптастыру брендті дамытудағы басты мақсат болып табылады.

2. Бәсекелестердің маркетингтік әрекеттеріне және дағдарыстарға осалдығы төмен - тұтынушылар сіздің брендіңізге адалдықпен басқа брендтерге назар аудармайды, ал дағдарыстар басталған кезде олар басымдығының пайдасына шектен шығудан бас тартады.

3. Көбірек пайда - бұл ең алдымен брендтік тауарлардың пайдасы шамамен 6 есе көп болғандықтан.

4. Бағаның төмендеуіне серпімді реакция (сату көлемінің ұлғаюы).

5. Бағаның өсуіне серпімді емес жауап (сатылым көлемінің төмендеуі).

6. Қосымша пайда мүмкіндіктерін пайдалану құқығы (лицензиялау, франчайзинг және т.б.) – бұл да қосымша пайда әкеледі.

7. Маркетингтік коммуникациялардың табыстылығы мен тиімділігін арттыру.

8. Брендті жылжытудың қосымша мүмкіндіктері.

Қазақстандық нарықтың брендті жылжыту бойынша өзіндік ерекшеліктері бар. Тұтыну тауарларының жаңа брендін ішкі нарықта ілгерілету батыс нарығымен салыстырғанда төмен шығындармен айтарлықтай аз уақытты қажет етеді. Шетелдік брендтердің ағыны қазақстандық фирмаларды өз брендтеріне белсенді жарнамалық қолдау көрсетуге мәжбүрлеуде.

Брендтің ерекшеліктері туралы ақпарат тұтынушының қабылдауындағы айырмашылықтың материалдық және материалдық емес белгілерін тудырады.

Қабылдау белгілері – тұтынушының көру, есту, дәм, иіс сезу мүшелері арқылы қабылданатын бренд белгілері – бұл түс, иіс, дәм, пішін, дизайн және т.б. Брендтер арасындағы айырмашылықтың қабылданатын белгілерін символизмде көрсету мүмкін емес. Оларды комбинацияда пайдалану оңайырақ.

Айырмашылықтың сезілмейтін белгілері тікелей қабылдауға қол жетімсіз және оларды ажырату қиын. Оларға тұрмыстық техниканың беріктігі, автокөліктің, компьютерлердің сенімділігі және т.б.

Жарнамада байқалмайтын айырмашылықтарды нақтыға айналдыру үшін жиі арнайы әдістер қолданылады, осылайша брендтің артықшылығын атап өтеді.

Брендті позициялау - сіздің қызметтеріңіз бен шешімдеріңіздің мақсатты аудиторияңыздың санасында алатын орны. Жақсы позициялау тұтынушылар үшін маңызды құндылықтар мен дифференциаторларды қамтиды. Брендтің орналасуы санаттағы және бәсекелестерге қатысты қалаған бренд позициясын шешу кезінде маңызды. Ол барлық коммуникациялар мен брендті дамыту стратегиясының негізі болып табылады. Бұл брендтер мен тұтынушылар арасындағы қарым-қатынастарды құруға негіз болатын стратегиялық ойлау.

Мақсатты аудиторияның брендті қабылдауын зерттеудің мақсаты - өндіруші инвестициялаған бренд сипаттамаларының жүйесі шынымен де мақсатты аудиторияның қабылдауымен сәйкес келе ме және ол үшін мағыналы екенін түсіну. Кері байланыс қажет болған сайын, брендті жылжытуға инвестиция соғұрлым жоғары болады. Зерттеу нәтижесінде брендтің ең маңызды атрибуттарының жиынтығы және осы атрибуттардың мақсатты аудиторияның қажеттіліктеріне сәйкестігінің бағасы алынады.

Орналастыру опциялары:

1. Сапаға назар аудара отырып, позициялау

Сапа бренд болуы мүмкін негізгі элементтердің бірі болуы мүмкін. Сапаны төмендегі тізімдегі кез келген басқа орналастырумен біріктіруге болады.

2. Құндылыққа назар аудара отырып, позициялау

Қандай да бір «құндылығы» бар өнімдер анықтамасы бойынша арзан деп есептелетін уақыт болғанымен, бұл догма енді қолданылмайды. Бүгінде құндылық ретінде қабылданатын брендтер тұтынушылар арасында көбірек танымалдылыққа ие болуда.

3. Ерекшеліктерге/сипаттамаларға баса назар аудара отырып позициялау

Маркетологтар көбінесе өнім/қызмет ерекшеліктеріне негізделген өз брендтерін саралауға сенеді. Өкінішке орай, бәсекелес нарыққа жылдамырақ немесе жаңарақ үлгіні шығарған кезде өнімділікке бағытталған позициялау опциялары жиі істен шығады.

4. Қатынасқа баса назар аудара отырып позициялау

Брендке қызығушылық тудырудың ең тиімді әдістерінің бірі әлеуетті тұтынушылардың ішкі қажеттіліктерін қанағаттандыратын позицияны дамыту болып табылады.

5. Бір нәрсеге ұмтылуға екпін беріп позициялау

Бұл позиция тұтынушылар барғысы келетін орынмен, олар еліктегісі келетін адаммен немесе олар қол жеткізгісі келетін көңіл күйімен байланысты эмоцияларды пайдаланады.

6. Мәселе/шешімді орналастыру

Аты айтып тұрғандай, проблеманы/шешімді орналастыру тұтынушыға қиын жағдайды бренд немесе қызмет арқылы қалай оңай және тез шешуге болатындығын көрсетеді. Бұл жағдайда қиялдың болмауы тікелей және сеніммен өтеледі. Мысалы, мұздатылған тағамдар пісіру процесін минуттарға дейін қысқартады. Жуғыш заттар мен тазалағыш заттарды өндірушілер де бұл орналасудан көп пайда көреді.

7. Бәсекелестікке негізделген позициялау

Анықтау бойынша, бұл позициялау брендтің бәсекелестерімен салыстырғанда қалай қабылданатынын көрсетеді. Негізінде, бәсекеге қабілетті позициялау идеясының өзі алыс көрінуі мүмкін, бірақ көптеген компаниялар бұл тәсілді қабылдайды. Мысалы, кір жуғыш заттарды өндірушілер көбінесе дақтармен күресуде ең жақсы екенін дәлелдейді.

Брендке әсер ететін екінші маңызды фактор - бұл ассортимент . Ассортиментті салыстыру матрицасы бренд ішіндегі өнім атауларының бәсекелес брендтер ассортиментімен, сондай-ақ нарықтағы орташа көрсеткіштермен корреляциясын қамтиды. Бұл талдау тауарлардың оңтайлы санын анықтау үшін қажет, өйткені тым кең бренд ассортименті тұтынушыны таңдауда қиындықтарға, сонымен қатар дүкен сөрелерінде қосымша орын толтыруға және нәтижесінде сатылымды азайтуға әкелуі мүмкін. Тым тар ассортимент бар сұраныстың қанағаттанбауына және нәтижесінде пайданың тапшылығына әкеледі .

Брендтің көлденең кеңеюі - Бренд тек өзіне сәйкес келетін жерде, құндылық қоса алатын жерде және оның капиталына жаңа бірлестіктер қосылатын жерде ғана қозғала алады. Осы критерийлердің әрқайсысын нарықтық зерттеулер арқылы тексеруге болады.

Нарық контексттерін сәйкестендіру Тұтынушылар брендті жаңа нарық жағдайында жақсы қабылдауы керек, бренд оның қауымдастықтарының бірлігін бұзуды емес, берілген контекстке сәйкес келетінін сезінуі керек. Мұндай мәселелерді кейде перспективаны өзгерту арқылы шешуге болатынымен, мұндай карама-қарсы бірлестіктердің мүмкіндігі брендті қай жерде кеңейту керектігін шешуде өте маңызды.

Алайда бұл салада нақты ережелер жоқ. Бір уақтылы кеңейту бұрынғы шамадан тыс бренд созылуын негізді және тіпті қалаулы ете алады. Сәтті кеңейту брендті қабылдауды өзгертуге көмектеседі, бұл өз кезегінде брендті басқа салада пайдалануға мүмкіндік береді.

Тігінен кеңею - жиі нарықтың кең және үнемі өсіп келе жатқан баға сегментіне брендті итермелеу үшін күшті ынталандыру бар немесе жоғары, тік кеңейту ерекше ептілікті қажет етеді, өйткені ол қабылданатын сапаға қатысты. Брендті тұрақты сапа деңгейінде сақтау әдетте қауіпсіз.

Керісінше, нарықтың төмен баға сегментіне ену әлдеқайда оңай. Дегенмен, бұл баға сегментіне кіру әдетте бренд беделіне және тұтынушыларды тартуға үлкен қауіп төндіреді, өйткені сатып алушылар арзанырақ ұсыныстарға тартылады. Бұдан басқа, құндылық ұсынысы жоғары сегментте орналасқан брендтің сенімділігіне ие болмауы мүмкін, өйткені бәсекелестер әдетте бағаны төмендетуге жауап береді.

Брендтің дамуына әсер ететін келесі фактор - бұл баға. Брендтің орташа бағасын талдауды тоқсанына кемінде бір рет брендтің орташа бөлшек сауда бағасының динамикасын, орташа нарықтық құнын және тауар бағасын ескере отырып, «баға дәлізін» пайдалана отырып жүргізу ұсынылады. жақынырақ қымбатырақ және арзан бәсекелестер. Егер бренд иесінің баға позициясын түзету мақсаты болмаса, құны ең жақын бәсекелестердің бағалары арасында болуы және орташа нарықтық бағамен бірге өзгеруі керек.

Соңғы уақытта брендті құндылық тұрғысынан бағалау мәселесі өзекті бола бастады. Кейбір маркетингтік мамандар мен менеджерлер компанияның даму стратегиясын сату немесе пайданың өсуіне емес, оның құнына байланысты құру қажеттілігі туралы айтады.

Осылайша, жылжытудың құпиясы көбінесе брендті өнім класынан тұтынушымен тереңірек байланысқа жеткізу болып табылады. Брендпен функционалдық байланысы бар тұтынушылар брендке эмоционалды түрде байланысты адамдарға қарағанда кеңеюге теріс қарайды. Брендінг ұсынысқа зиян тигізбеуі немесе одан ары құтыла алмайтын ассоциацияларды беру арқылы оның құндылығын төмендетпеуі керек.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Кумблер С. Брендінг. – М.: Вильямс, 2014.
2. Рудая Е.А. Основы бренд – менеджмента. – М.: Аспект-пресс, 2016.
3. Есимжанова С.Р. Маркетинг в Казахстане: теория. Методология, практика А.: Аян Эдет, 2015.
4. Божук С., Межлумян Л. Брендінг для торговой фирмы. // Практический маркетинг. -2013. -№75
5. Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR, Москва, 2016
6. Л. Чернатони, М. МакДональд «Брендінг. Как создать мощный бренд» М.: Юнити-Дана, 2016 г.
7. Эллууд Я. Основы брендінга: 100 приемов повышения ценности торговой марки М.: ФАИР-ПРЕСС.

2013

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫ ЖАҒДАЙЫНДА ЦИФРЛАНДЫРУ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫНДАҒЫ ҚАРЖЫЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Мурзабекова А.Қ.

Қайырғалиева Гульназ Сансызбайқызы
Қазақстанның инновациялық және
телекоммуникациялық жүйелер университеті

Ғылыми жетекші: Қазиева А.Е.

Э.Ғ.М., аға оқытушы

Аңдатпа

Мақалада қаржылық технологиялар хабтарының мақсаты, миссиясы, даму ұстанымдары берілген, сонымен қатар «Цифрлық Қазақстан» жобасының басымдық бағыттары, банк қызметінің саласын арттыру жолдары мен несиелік жүйені дамыту модельдері ұсынылған.

Кілт сөздер: Онлайн-банкинг, блокчейн, скоринг, қаржылық инновациялар, финтех хабы, несиелік жүйе.

Кіріспе

FinTech Hub мақсаты - әлемдік үздік финтех-хабтардың ондығына кіру және Орталық Азия мен Еуразиядағы финтех-инновациялар саласында көшбасшы болу.

FinTech Hub миссиясы - Астана Халықаралық қаржылық орталығының (АХҚО) ертеңгі күннің талаптарына сәйкес келетін негізгі бизнес бағыттарында жаңа қаржылық технологияларды пайдалану және банктер мен қаржы мекемелерінің, технологиялық серіктестердің, финтех-компаниялардың, академиялық топтардың, инвесторлар мен үкіметтік және корпоративтік серіктестердің ынтымақтастығын біріктіретін көптеген тараптардың қатысуымен серпінді финтех-экожүйені дамыту.

Fintechstars-стартаптарды қолдау бағдарламасы АХҚО Финтех хабының негізгі бағыты болып табылады. Міндет-Қазақстан мен Орталық Азиядағы финтех экожүйесінің және қолма-қол ақшасыз экономиканың дамуына ықпал ететін нарықта қолжетімді жаңа финтех шешімдерінің санын ұлғайту. Біз өткізетін жобалар барлық қаржы ойыншыларына жаңа технологияларға қол жеткізуді, жаңа бірлескен бастамаларды, шетелдік нарықтарға шығуды, сондай-ақ үздік сарапшылардан білікті көмек алуды қамтамасыз етеді.

Әдебиетке шолу

Сусанне Чишти мен Янос Барберистің The FinTech Book: the Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries деген кітабында қаржылық технологиялар революциясы, сондай-ақ соған байланысты күйзелістер, инновациялар мен мүмкіндіктер берілген. Бұл кітап кәсіпкерлерге, банкирлерге және инвесторларға осы пайдалы нарықта пайда табу үшін қажетті жауаптарды беру үшін әртүрлі салалық тәжірибені біріктірген. Бұл кітаптан кәсіпкерлер, банкирлер, кеңесшілер, инвесторлар және активтер менеджерлері өздеріне қажетті ақпараттар ала алады, сонымен қатар, көптеген сұрақтарға жауап беру үшін сала сарапшыларының идеялары, білімдері мен ұсыныстары жинақталған.

Джеймс Хейкок и Шейн Ричмонд Bye Bye Banks: How Retail Banks are Being Displaced, Diminished and Disintermediated by Tech Startups and What They Can Do to Survive деген кітабында стартаптарды және банк индустриясының қандай салаларын қоршап жатқанын сипаттайды. Хейкок пен Ричмонд дәстүрлі банктер "Бета-банкті" іске қосу арқылы өздерін қайта ойластыруы керек деген ұсыныспен аяқталады: үнемді, автономды, болашаққа қолайлы ұйым, олар он нүктелі операциялық модельді ұсынады.

Паоло Сирони FinTech Innovation: From Robo Advisors to Goal Based Investing and Gamification деген кітабында Бұл кітап ағымдағы ауысымды талдауды ұсынады және қалыптасқан экономикалық мүдделер әлеуметтік өзгерістерге тап болған кезде не болатыны туралы нақты түсінік береді. Бизнес-модельдер терең өзгерістерге ұшырайды және әсер көпшілік күткеннен де көп нәрсеге қол жеткізеді; банктік демократияландыру ақшаны басқару индустриясын тиімдірек және клиентке бағытталған кеңес беру процестеріне төңкеріс жасайды және осы өзгерістерге ілесу бүкіл әлемдегі қаржылық кеңесшілер үшін өмір сүру дағдысына айналды.

Дон Тапскотт пен Алекс Тапскотт Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin is Changing Money, Business and the World деген кітабында цифрлық валюталардың қарапайым екендігін, революциялық хаттама, рұқсат етілмеген қол жетімділіктен қорғалған қоғамдық құндылықтар тізілімін жүргізу арқылы транзакциялардың анонимді және қауіпсіз болуына мүмкіндік беретінін көрсетеді.

Зерттеу әдістемелері

Мақалада құрылымдық, салыстырмалы, сондай-ақ қолда бар анықтау тәсілдерін сыни талдау әдістері қолданылды.

Нәтижелер және пікірталас

Бұған дейінгі үлкен парадигмалық ауысулар сияқты, Blockchain технологиясы жеңімпаздар мен жеңілгендерді жасайды. Бұл кітап бізді келесі онжылдықта және одан тыс жерлерде қайда апаруы мүмкін екенін көрсетеді.

2020 жылдың мәліметтері бойынша тұтынушылардың 64 пайызы 2017 жылмен салыстырғанда қаржылық технологиялардың бір жүйесін қолданған. Қаржылық технологиялардың әйгілі атауы 2021 жылдағы негізгі трендтерді анықтауға мүмкіндік береді.



Сызба 1 - Трендтердің жіктелуі

Қазақстандағы FinTech дамуының ұстанымдары:

1. Айналымдағы төлем карталар санының көбеюі;
2. Қазақстанның барлық банктерінде қашықтықтан қызмет көрсету жүйелері бар, ал банктердің онлайн-қызметін қолданушылар саны жылына 52%-ға артты;
3. Қолма-қолсыз төлемдердің көлемі өсті.

Астана Халықаралық қаржылық орталығының қаржылық тех хабы Қазақстанның және Орталық Азияның 120 –дан аса стартаптарымен жұмыс жасайды. Астана Халықаралық қаржылық орталығының қаржылық тех хабы негізінде FinTech Lab – инновациялық қаржылық қызметтер ұсынатын мамандандырылған өнімді орта қызмет істейді, сонымен қатар, реттеуші технологиялармен байланысты қызметтер түрін ұсынады.

2020 жылдың қазан айында ҚР Премьер-министрі Асқар Мамин «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасына жаңарту енгізуге тапсырма берген болатын. Жаңартылған «Цифрлық Қазақстан» жобасында төмендегідей басымдық бағыттар қаралған болатын:

- Сапалы АКТ-инфрақұрылымын қамтамасыз ету;
- FinTech пен электрондық сауданы дамыту;
- Жасанды интеллектіні дамыту.

FinTech индустрияны жаңғырту арқасында банктік қызметтің жаңа моделі қалыптаса бастады. Бұл жаңартулар банктік қызмет көрсетудің жаңа моделін қалыптастыруға және қаржылық инновациялардың пайда болуына көмектесті:

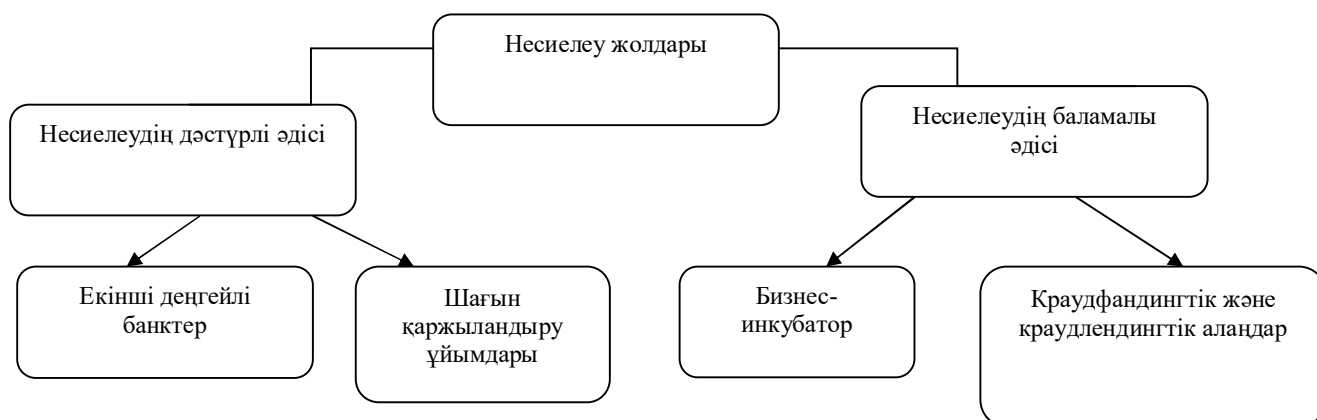
- Ұялы төлемдер;
- Онлайн-банкинг;
- Блокчейн;
- Скоринг.

Қаржылық инновациялар бір жағынан банк клиенттеріне қызмет көрсетуді қысқартса, екінші жағынан, шағын және орта бизнесті қиындатады. Мысалы, қарыз алушының несиеқабілеттілігін бағалау кезінде скоринг жүйесінің кемшілігіне төмендегілерді жатқызуға болады:

- Скоринг бағдарламасы бүгінгі күні клиенттің өзін ғана емес, оның сұрақтарға деген жауабын бағалайды;

- Скоринг жүйесі үнемі түрлі жаңартулар мен толықтыруларды қажет етеді.

Бұл аталған кемшіліктерден басқа, банктік қызмет көрсетудің енжарлығы да басты мәселе болып отыр. Осыған байланысты, бизнестің былайша айтқанда, «ауырсыну нүктелері» немесе қиындықтары туындайды.



Сызба 2 - Зерттеу нәтижелерінің жіктелімі

FinTech шешімдер Шағын және орта бизнестің қаржылық қызметтерге деген қолжетімділігін арттырып, олардың тиімділігін жақсартуға деген ықпалын құра алады. Төмендегі басты мәселелер шешуші болып саналады:

1. Шағын бизнесті тәуекелі жоғары қарыз алушы ретінде несиені қанағаттандыру;

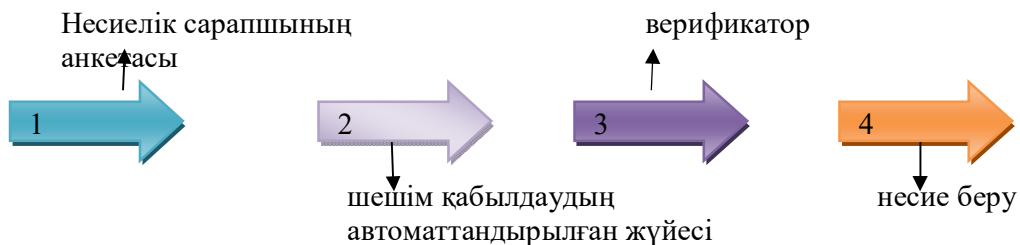
2. Қарыз алушының скорингі кезінде жаңа әдістер мен жаңа ақпаратты енгізу.

Жоғарыда атлаған мәселелерді талқылай келе, төмендегі модельдерді ұсынуға болады:

- Несиенің белгілі бір түріне сұраныс;

- Түрлі көздерден: дәстүрлі банктерден, FinTech, технологиялық компаниялардан алынған кредиторлар тарапынан несиені ұсынысы.

Елдегі пандемия дағдарысының және қалыптасқан экономикалық жағдайларында шағын және орта бизнесті, сонымен қатар, жеке тұлғаларды несиелеу банктердің бизнес үрдістерінің маңызды саласы болып табылады. Соған байланысты несиелік жүйе мен айналым саласын қолдану өзекті болып саналады.



Сызба 3 - Несиелік жүйенің моделі

Қорытынды

Қазақстан экономикасын цифрлық трансформациялаудың негізі «Ақпараттық Қазақстан-2020» мемлекеттік бағдарламасы болды. Ол ақпараттық қоғамға көшуді дамытуға, мемлекеттік басқаруды жетілдіруге, «ашық және мобильді үкімет» институттарын құруға, ақпараттық инфрақұрылымның корпоративтік құрылымдар үшін ғана емес, ел азаматтары үшін де қолжетімділігін арттыруға ықпал етті. Сөйтіп, қорытындылай келе, банктердің бөлімшелерінде несиелік жүйе енгізу және «Сұраныс-Ұсыныс» түрі бойынша модельді жасақтау жолдары жүргізілді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Сусанне Чишти и Янос Барберис. The FinTech Book: the Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries. John Wiley, 2016 ж.
2. Джеймс Хейкок и Шейн Ричмонд. Bye Bye Banks: How Retail Banks are Being Displaced, Diminished and Disintermediated by Tech Startups and What They Can Do to Survive. Wonderkammer, 2015 ж.
3. Паоло Сирони. FinTech Innovation: From Robo Advisors to Goal Based Investing and Gamification. John Wiley, 2016 ж.
4. Дон Тапскотт пен Алекс Тапскотт. Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin is Changing Money, Business and the World. Portfolio Penguin, 2016 ж.
5. <https://tech.aifc.kz/>
6. <https://365info.kz/2020/12/mftsa-sozdal-unikalnuyu-v-sng-ploshhadku-dlya-podderzhki-startapov-finteh-rynka>
7. <http://fintechstars.aifc.kz/>

ҰЙЫМДЫҚ ҚЫЗМЕТТІ БАСҚАРУ КЕЗІНДЕГІ ЗУМЕРЛЕР БУЫНЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН ТУЫНДАЙТЫН ҚИЫНДЫҚТАР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ШЕШУ ЖОЛДАРЫ

Сафарбаева Ж.М.

Қазақстанның инновациялық және телекоммуникациялық жүйелер университеті
Менеджмент, 2 курс

Ғылыми жетекші: Нурманалиева А.С.

Кез келген ұйым алдына қойған мақсатына жету үшін басқару функцияларын толық орындауы қажет екендігі бәрімізге менеджмент теориясынан белгілі. Лидерлік басқарудың барлық жүйесін игермейінше және ұйымның білікті жетекшісі болмаса ол кәсіпорын мақсатқа жетуіне екіталай десек те болады.

Лидерлік – ұйымның мақсатына жетуге топ мүшелеріне өз күштерін бағыттай отырып ықпал ете алу қабілеті. Лидерліктің басқарудан айырмашылығы мыналар: Бір жақтың топ мүшелерінің қарым-қатынастар мен іс-әрекеттеріне ықпал ету процесі, лидер адамдарды ерітуді өз мүмкіндігінің күшімен орындайды. Ықпал ешқандай шеңберлермен шектелмейді.

Адам ресурстары менеджменті тиімді жұмыс күшін тарту, дамыту және қолдауға бағытталған ұйымдағы іс-әрекеттер жиынтығы. Ұйымдағы адам ресурстарын басқару кешенді және үнемі өзгеріп отыратын ортада жүргізіледі. Себебі адам капиталы тиімді жұмыс күшін тарту, жалдау және ынталандыру үшін ұйым тарапынан салынған инвестиция десек те болады.

Сондықтан да адам ресурстарын басқарып, ұйым қызметін ұйымдастыруда ұрпақтарды зерттеудің де зор маңызы болып тұр. Уақыт өзгерген сайын басқаруда да жаңа өзгерістер керек екендігі түсінікті. Осы орайда ұрпақтар теориясына жүгінсек болады.

Ұрпақтар теориясын 1991 жылы американдық ғалымдар Уильям Стросс пен Нил Хоу ұсынған. Олар АҚШ тарихын ұрпақтар арасындағы өмірбаяндар сериясы ретінде ұсынды. Сондықтан олар елдегі жағдайды бейнелейтін тарихи аралықтарды әртүрлі ұрпақтарға бөле алды: өрлеу, ояну, құлдырау, дағдарыс.

Енді ұрпақтар теориясын сараптай келе, Уильям Штраус және Нил Хау жасаған мәлімдемеге сәйкес мынадай буындарды кестеге топтастыруды жөн көрдік (кесте 1).

Әрбір жаңа ұрпақ жұмыс орнын қалыптастыруға көмектесетін және бизнес көшбасшылары үшін басқару мәселелерін құра алатын өзіндік қиындықтарды, артықшылықтарды және басымдықтарды әкеледі.

Басқаруға қарсы пікірталас алаңы, жұмыс күшіне қосылу үшін ең соңғы және ең жас ұрпақты - 1997 және 2012 жылдардың басында туылғандар - Z деген атпен белгілі.

Z буыны жұмыста өздерін маңызды сезініп және жасаған жұмысынан күш қуат алу керекті деп санайтын ұрпақ, сонымен қатар бұл буынның өкілдері бір дағдыға бағытталған жұмысты емес дамытуға мүмкіндік беретін қызмет түрін қалайды және Z буынының ерекшелігі олар жеке даму кезінде жұмысшыларға мән беретін менеджерлердің болуын бағалай алады екен.

Кесте 1

Ұрпақтар атауы мен оның ерекшеліктері

егі	Ұрпақ атауы	Жылдары	Ерекшеліктері
	бумер	1946-1964	Компьютерлік революцияға дейін өскен, газет журналдарын оқитын және ең бай-қуатты деп санайтын ұрпақ
	X	1965-1980	Теледидар көріп, радио тыңдап өскен және балалар мен атаналарын қамқорлаған ұрпақ
	Y	1981-1996	Технологияларды қолданып, ғаламторды ең алғашқы қолданып бастаған ұрпақ болып саналады
	Z	1997-2012	Бала кезден технологиялармен өскен, әлеуметтік шараларға белсенді қатысатын ұрпақ
	альфа	2012-2020	Технологияны жақсы меңгерген, білімді бай ұрпақ болады деп болжалуда
Кесте материалдар негінде автормен жасалған			

Ары қарай мақаламызда осы зумер буынында кездесетін қиындықтарға тоқталып кетейік. Қиындықтарды көріп, танып алған соң, туындаған мәселелерді шешу жолдарына келеміз.

Z буынының қызметкерлерін басқаруда кездесетін ең үлкен қиындықтардың бірі – олардың жұмыс этикасын сақтамауында болып отыр деп есептейді мамандар. Олардың көпшілігі бір жобаға қатысу және күш салу секілді нәрселерден гөрі, яғни нәтижелерден қарағанда, марапаттау маңыздырақ. Олар үшін нақты үміттер мен мақсаттар қою маңызды. Осыдан кейін зумер буынын осы үміттерді орындау үшін жауапкершілікте ұстап отыру керек. Сонымен қатар, олардың күшті жақтарына назар аударып, мақсаттарға жетуге қалай көмектесетінін баса көрсетіп отыру қажет.

Сериялық кәсіпкер, цифрлық маркетинг бойынша сарапшы және DontPayFull.com негізін қалаушы Андрей Василеский айтуынша зумерлер буыны тез шаршауы мүмкін, өйткені оларға бала кездерінен шектеулер көп қоймады, сол себептен олар сіздермен дебатқа түскенді ұнатады. Және ғаламтор арқылы өскендіктен өз ойын еркін айтып үйренген.

Z буынының қызметкерлеріне, олардың еркіндігі мен жеке кеңістігі маңызды болып келеді және соны жұмыс орнынан талап етеді. Олардың әр қайсысында әр түрлі мотивация және де әр қайсысы өз мақсатын көздейді.

Зумерлер буынының ерекшеліктері де бар. Ұйымның мақсаты сол ерекше қасиеттерін тиімді қолдану тәсілдері игеру керектігінде болып отыр.

Заман өзгерген сайын, адамдар да өзгереді. Біз оны буындар теориясынан байқауымызға болады. Z буыны әлемнің ең тыныш уақытында дүниеге келген, сол себепті олар көптеген жаңа заттарды еркін қабылдап, ашық ойын айта алады. Біреуге немесе қоршаған ортаға зиян келтіретін іс-әрекеттерге қарсы болып келеді. Алайда, осындай

көзқарас өзгешіліктерінің әсерінен Z буыны өздерінің ата-аналарымен келіспей қалу жағдайлары жиі кездеседі.

«Зумерлер» буынының тағы бір ерекшелігі – олар өздерін жеке тұлға ретінде санайды. Мамандар «Z» - буыны индивидуалисттер деп бағалайды. Олар өздерін бұрынғы буындарға қарағанда басқаша ұстайды. Өздерін басқа адамдармен салыстырмайды, салыстырғысы да келмейді және салыстырғанды да жақтыртпайды. Оның орнына олар өздеріне көбірек назар аударып, өз өздеріне талдау жасап, ары қарай өздерін дамытқанды жақсы көреді. Z буынының адамдары өз өзін басқа біреумен салыстырғанға қарағанда, өз өзімен үйлесімге келуді маңыздырақ деп санайды.

Сол себепті, ол буынның адамдарын жұмыс істеуге ынталандырғыңыз келсе, онда оларды басқа біреумен салыстырған қате болады, оның орнына олардың мықты жақтарын айтып осы жақтарын қалай дамытуға болатынын көрсетсеңіз, олардың жұмысқа деген мотивациясы пайда болады.

Зумер буыны критикаға ренжімейді, дәлірек айтсақ олар оны қабылдамайды, егер оған нақты себептерін айтпасаңыз құлақ та аспайды. Сол себепті оларға қателіктерін айтқыңыз келсе және соны дұрыстағанын қаласаңыз нақты қателіктің себептерін көрсетіп түсіндіруіңіз керек.

Ақпарат толқыны тулап тұрған заманның ұрпағына не айтар едіңіз? Мұндай жағдайда дүниеге келген адамдар қажет емес ақпаратты қабылдамау керектігін жақсы біледі. Оларда қажетсіз ақпараттарға немқұрайлы қарау жақсы байқалады. Сол себептен олармен жұмыс істегенде оларға тапсырмалар мен ақпараттарды нақты нақты, керек емес артық жұмыстарсыз бергеніңіз жөн болады. Мұндай жұмыстар сіздің де, қызметкеріңіздің де уақытын үнемдейді деген болар едік.

Ұйым қызметін басқаруда бұл буынның жастарын өзгертуге тырыспау керек. Оларда ақпаратты талдау және талқылау жақсы дамыған. Зумер ұрпағын басқаруда диктаторлық модельді қабылдамайды, себебі агрессивті тәртіптен олар қашады немесе оған назар аудармайды. Агрессияның себептеріне талдау жүргізген әлеуметтік психологтар негізгі үш себепке тоқталған екен: биологиялық әсер, түңілу және тәрбиенің ықпалы дейді.

Ал зумерлер буынындағы инстинктивті, яғни туа біткен, ешкім үйретпеген мінез-құлық деп санайтын болсақ, ұйым басқару кезінде зумерлер буының бұл «қасиетіне» де түсіністікпен қарау керектігін көреміз. Олар ұйым арасында бір біріне деген түсіністік болып, үйлесім бар жерде жұмыс жасағысы келеді. Мұндай жағдай да, олардың ойларын тындап, мотивация берсеңіз ол көптеген нәтижеге алып келеді.

Ынта арттыру үшін марапаттау жүйесі – нәтижеге негізделген марапаттаудың ең көне түрі. Келісімді ынталандыру жоспарына сәйкес ұйым жұмысшыға ол өндірген жұмысшыға қосмша ақы төлеуі мүмкін. Кейде ұйымдар қызметкерлерін мотивациялау үшін ынталандырудың басқа да формаларын қолдануы мүмкін. Мысалы, қосымша бос уақыт немесе арнайы жеңілдік сияқты ақшалай емес ынталандырулар жасайды. Ұйым сату бойынша жарыс ұйымдастыруы мүмкін, жарыс шарты бойынша белгіленген уақыт аралығында сатылымның ең жоғарғы дейгейіне жеткен топтар арнайы орынға қосымша демалысқа жолдама беруге болады. Осындай ынталандыру шаралары ұйымды басқаруда ұтымды болары сөзсіз.

Қазіргі таңда ұрпақтар теориясы кеңінен тарап келеді. Өйткені психология ғылымы канат жайған кезең десек те қателеспейміз. Көптеген адамдар ұрпақтар теориясы туралы естіп біледі. Бұл көптеген факторларға, соның ішінде саяси ортаға, белгілі бір ұрпақ өсіп келе жатқан өмір сүру жағдайларына байланысты.

Ғаламтордағы материалдарды қарап отырсақ, зеталар ұрпағын - индивидуалист ұрпақтар деп жазады. Жоғарыдағы материалда айтып өткеніміздей, олар өткен ұрпаққа қарағанда өздерін басқаша көреді. Зумер буыны үшін үйлесімділік іздеу, өз мүмкіндіктерін ашу және өзін-өзі жүзеге асыру маңыздырақ. Басқа біреудің жетістігі оларды көп ынталандыра алмайтындығын ұмытпау қажет. Сонымен қатар ұйымда зумерлер ұрпағы

қызмет етсе, басшыға эмоцияны, көңіл күйді басқара алу қабілетіне ие болу керек деп санайды.

Ұйым ішінде көңіл-күйдің және жеке қасиет ерекшеліктердің жұмыс орнындағы рөлі зор екені түсінікті. Осы бағытта аффект, эмоция және көңіл-күй ұғымдарын айтуға болады. Аффект – эмоция мен көңіл-күй сияқты термин. Эмоция – біреуге немесе бір нәрсеге бағытталған сезімдер болса, көңіл-күй эмоцияға қарағанда аса қуатты емес сезім және көп жағдайда стимул ретінде әсер етуші нақты оқиғасыз пайда болады.

Ендеше ұйымның мінез-құлық негіздері саласында менеджерлерге арналған нұсқауға тоқтала кетсек.

- Эмоция жұмыс орынының табиғи бір бөлігі, сондықтан эмоциядан азат ортаны қалыптастыру - ұйымды жақсы басқару деген сөз емес.

- Қызметкерлердің тиімді шешім қабылдауын, креативті және мотивациясын бір жолға қою үшін жағымды эмоция мен көңіл-күйді мүмкіндігінше жобалауға тырысу керек.

- Қызметкерлердің ұнамды мінез-құлық қалыптастыру үшін оң кері байланыс орнату керек. Жағымды көңіл-күйде ыңғайланып тұратын адамды жұмысқа алуға көмектеседі.

- Қызмет көрсету саласында оң эмоция танытқан қызметкерлерді ынталандырыңыз, бұл тұтынушылармен өзара әрекетті, келіссөз жүргізуді жақсартуға түседі.

Жағымды көңіл-күй ұйымдағы бір адамнан екінші адамға берілетіндіктен ұнамды команда мүшелерін іріктеу арқылы жағымды жұмыс ортасын қалыптастыруға болады. 130 жетекші мен оның қарамағындағылардың қатысуымен жүргізілген бір зерттеу жетекшілердің жағымды эмоциясын қарамағындағыларға «жұқтыратындығын» көрсеткен. Сондықтан жағымды көңіл-күйге ыңғайланып тұратын команда мүшелерін таңдаудың да маңызы зор дейді ғалымдар. Себебі үнемі үреймен жүретіндер, көңіл-күйдің селқос болуы қай қай жұмысты да немқұрайлыққа әкеледі.

Осы жоғарыда айтылған ұйымдық мінез-құлықтың негіздерін ала отырып, зумерлер ұрпағын да бағыттап бағдарлап отыру тиіс. Зумерлер буынының ерекшеліктеріне тоқтала келе және туындайтын мәселелерді айта келе, туындайтын келеңсіздіктердің шешу жолдарын ұсынып көрейік.

Зумерлер ұрпағындағы мінез-құлықты басқару үшін алдымен ұйымдық мәдениетті нықтап орнатуымыз керек. Мәдениет қызметкерлерге бірнеше үлгіде беріледі, соның ішіндегі ең күштісі деп аңыз-әңгімелер, символдар және тіл арқылы келеді деп көрсеткен.

Сонымен қатар, қызметкердің күшті жақтарына басымырақ көңіл аудару тиіс. Жазалаудан гөрі көбірек мақтау, мадақтау. Мақтағанда да бет алды мақтау тағы да жұмысқа кері әсерін тигізу мүмкін, яғни бір нәрсені дұрыс жасап атқан қызметкеріңізді байқап қалуды әдетке айналдырған жөн. Зумер ұрпағы үшін бұл өте маңызды екенін естен шығармайық. Тағы да бір айта кететін мәселе, ол рухани мәдениет. Жұмыс орнындағы руханилық дегеніміз адамдардың ішкі әлемінің болатындығын мойындау, қоғаммен жақсы байланыс орнату деген сөз. Сондықтан да ұйымдық мәдениеттің зумерлер ұрпағы үшін маңызы зор болып отыр.

Қазақта «жылы жылы сөйлесең, жылан іннен шығады» деген сөз бар екенін білеміз. Осы мәтелдің біздің тақырыпта айтары көп секілді. Қандай ұрпақ, қандай адам, қандай жас, қандай кәрі болмасын, жылы сөйлеу арқылы тілін таба білген қазақпыз. Сондықтан да зумерлер ұрпағын ұлттық құндылықтарымызды ту ете отырып тәрбиелегеніміз жөн болар.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Рикки У. Гриффин «Менеджмент», Астана 2018
2. Стивен П. Роббинс, Тимати А. Джадж «Ұйымдық мінез-құлық негіздері», Астана 2019
3. Б. Жакенова, Л.Мақсатова «Менеджмент негіздері», Астана 2018
4. <https://ru.wikipedia.org/>

ВЛИЯНИЕ ПОКОЛЕНИЯ Z В РАЗВИТИИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Дюржанова К.

КазНПУ им. Абая, Институт Сорбонна-Казахстан
магистрант 1^{го} курса Менеджмент,

Научный руководитель: Джубалиева З.У.
к.э.н.

Современный этап социально-экономического развития характеризуется влиянием многих внешних и внутренних факторов, таких как обострение геополитической ситуации, нарушение глобальных логистических цепочек поставок, высокий уровень неопределенности, рост мировых цен на сырьевые ресурсы, развитие цифровых технологий, переход к устойчивому развитию, последствия пандемии коронавируса и другие. Влияние данных факторов определяет необходимость поиска решений для адаптации к ним деятельности современных предприятий, позволяющих понимать направления их развития в перспективе. Изменения в поведении компаний могут не ограничиваться только экономией средств в связи с периодом экономической турбулентности, или продолжением цифровой трансформации, но также должны учитывать влияние экологических, социальных, экономических ожиданий общества (ESG), которые перерастают в общую ответственность за устойчивое развитие. Реализация данных направлений определяет возрастающую роль человеческого капитала как значимого актива развития, наряду с технологическим развитием. Улучшение качества человеческого капитала, таким образом, определено в качестве одного из приоритетов развития национальной экономики [1].

Как показывают исследования Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), человеческий капитал представляет наибольшую ценность в развитии экономики. В современных условиях для экономики Казахстана одной из важных задач считается развитие мобильного и креативного человеческого капитала, способного применять современные знания и достижения технического развития для устойчивого экономического роста. Основными компонентами человеческого капитала являются профессиональный капитал, капитал культуры и здоровья, то есть интеллект, знания, здоровье, качественный и производительный труд и качество жизни. Совокупность знаний и умений, профессиональное мастерство, использование современных технологий способствуют росту производительности и конкурентоспособности отечественных предприятий. Подготовка специалистов, обладающих современными знаниями, а также обучение и повышение квалификации работников на предприятиях ориентированы на реализацию планов развития Индустрии 4.0 с созданием условий для обучения участников рынка труда на протяжении всей жизни [2].

С другой стороны, не менее важным фактором, определяющим перспективы социально-экономического развития, а также условия устойчивого роста отечественных предприятий можно назвать происходящие качественные изменения на рынке труда, характеризующиеся изменением соотношения разных поколений рабочей силы и выход на рынок труда нового поколения работников. В целом будущее развитие рынка труда определяется силой влияния поколения Z, которое устанавливает свою этику в компаниях с более гибкими условиями и более высокими этическими требованиями. Это также начинает передаваться всем другим поколениям, требуя более гуманных, гибких, поддерживающих условий в компаниях. Важность понимания неоднородности человеческого капитала определяет необходимость изучения особенностей поведения представителей разных возрастных групп (или так называемых поколений).

Примечательным в характеристиках так называемого поколения Z, или iGen или GenZ, родившихся в период 1995-2010 годов, по мнению многих исследователей является то, что

их развитие и формирование происходило в условиях постоянного доступа к сети Интернет [3]. По сравнению с другими поколениями они более интенсивно на ежедневной основе применяют Интернет-технологии в профессиональной деятельности и личной жизни для поиска необходимой информации, принятия решений, личных коммуникаций. То есть они представляют первое поколение «цифровых аборигенов».

Как можно видеть из большого количества научных публикаций и дискуссий экспертов, интерес к исследованию особенностей и значения поколения Z сохраняется на протяжении последних десятилетий. Поиск в базе Scopus позволяет видеть сотни тысяч публикаций, посвященных исследованиям характерных особенностей поведения зумеров и требуемых подходов к организации управленческих воздействий, подходов к привлечению и удержанию внимания работодателями данной части населения как потенциальных работников. Исследователи развитых и развивающихся стран обращаются к теме исследования поведенческих особенностей поколения Z и их роли в развитии общества. Проводимые исследования отмечают различные условия развития поколения Z в разных странах, а также особенности их влияния на развитие отдельных областей экономики (сфера туризма, торговли, использование IT технологий и т.п.) [4, 5].

Отмечается, что характерными особенностями данного поколения являются:

- амбициозность,
- стремление к путешествиям, получению нового опыта и впечатлений,
- склонность к беспокойству,
- увлечение компьютерными играми,
- склонность к ностальгии,
- уникальные способы использования социальных сетей.

В целом данное поколение характеризуется как амбициозное, при этом в работе отдают предпочтение более сбалансированным подходам, отказываясь от культуры суеты и сверхурочной работы. Для этого поколения важен баланс между работой и личной жизнью. Наряду с этим поколение Z ценит наставничество, подчеркивая их желание делиться знаниями и работать сообща.

Во многих публикациях отмечается склонность поколения Z к беспокойству. В исследовании McKinsey «How does Gen Z see its place in the working world? With trepidation», проведенном в 2022 году рассматривается развитие поколения Z на примере нескольких стран [6]. В отчете отмечается, что поколение Z по сравнению с другими участниками рынка труда испытывает большее беспокойство и проявляет неуверенность по поводу возможностей достижения стабильного экономического развития, более склонно работать на нескольких работах для обеспечения экономического благополучия, а также высказывает беспокойство по поводу физического здоровья для интенсивной трудовой деятельности.

В исследованиях отмечается, что выход на рынок труда работников нового поколения совпал с влиянием многих условий, как пандемия, снижение темпов экономического роста, приводящие к социальным и экономическим неблагоприятным последствиям. Эти условия повышают уязвимость данных групп работников, период обучения которых совпал с проведением карантинных мер и вынужденной изоляцией. Очевидно, этим определяются такие особенности, представители поколения Z в большей степени склонны работать индивидуально, не прибегая к помощи команды, ценят разнообразие в командах по сравнению с представителями других поколений [7]. Данные особенности поведения должны находить понимание в компаниях при планировании взаимодействия с представителями поколения Z.

Очевидно, что процесс выхода на рынок труда и необходимости утверждения своих позиций представителями поколения Z вызывает волнения и неуверенность в связи с тем, что этот период совпал с периодами экономических кризисов, локдаунов во время пандемии, геополитических конфликтов и усиления проблем изменения климата, что повлияло на сокращение деловой активности и снижение потребностей предприятий в новых сотрудниках, многие предприятия, сталкиваясь с экономическими затруднениями

оказывались перед необходимостью сокращения персонала, зачастую за счет работников с небольшим стажем. Эти и другие условия свидетельствуют об ужесточении конкуренции на рынке труда и усложнении позиций поколения зумеров. Это обуславливает направление внимания представителей зумеров на поиски работы и трудоустройство в нескольких местах для снижения риска потери доходов, а также необходимости покрытия возрастающих расходов на аренду жилья и другие бытовые расходы.

С другой стороны, отмечается, что поколение Z является первым поколением, выросшим в условиях активного развития и использования новых технологий, что делает их привлекательными для работодателей. Если рассматривать поведенческие особенности зумеров на рабочем месте, то различными исследователями обращается внимание на такие особенности, как высокая осведомленность о возможностях технологий и умение быстро находить решения благодаря высокой цифровой грамотности и активному присутствию в социальных сетях. Поколение Z станет первым поколением, полностью использующим цифровые технологии, что делает их привлекательными для работодателей, а также повышает интерес к их участию в совместной деятельности с представителями других возрастных групп работников [8].

Развитию рынка труда в Казахстане и роль персонала в повышении конкурентоспособности отечественных компаний уделяется большое внимание. Проводятся исследования состояния развития рынка труда в современных условиях [9]

А также проводятся исследования роли человеческого капитала в экономическом развитии, влияние различных факторов на формирование человеческого капитала. Более производительная и образованная рабочая сила может выступать в качестве катализатора экономического развития, но для запуска этой цепи реакций необходима основа в виде инвестиций в развитие системы образования, инфраструктуры рынка труда.

В Казахстане также можно отметить интерес к исследованию роли поколения Z в экономическом развитии. Для примера можно назвать высказываемые мнения Министра труда и социальной защиты РК в 2022 году о влиянии происходящих демографических изменений на развитие национального рынка труда, изменении качественной структуры занятого населения и появлении нового потока рабочей силы. Отмечено, что представители поколения Z совместно с миллениалами в составе рабочей силы составляют в настоящее время 60% и к 2030 г. ожидается рост этого значения до 80%.

С учетом ежегодного роста доли представителей поколения Z на рынке труда исследователями предпринимаются попытки выявления характерных особенностей их поведения, отличающие их от предыдущих поколений работников, рассматриваются возможности и особенности взаимодействия представителей разных поколений в коллективах, а также выявляются факторы, способствующие формированию определенных ценностных установок. Понимание этих особенностей определяет необходимость подготовки и адаптации к ним существующих систем управления персоналом на предприятиях. Для предприятий представляется необходимым обращать внимание на:

- представлять возможности для обучения и развития сотрудников,
- поддержание обратной связи с представителями поколения Z,
- повышать техническую грамотность руководителей,
- обеспечивать условия для сохранения психологического здоровья сотрудников,
- повышать ориентированность управленческой деятельности на людей,

Роль поколения зумеров в формировании цифровой экономики определяется тем, что по сравнению с представителями других поколений они имеют высокий уровень цифровой компетентности. А также, помимо цифровых компетенций поколение Z обладает следующими качествами, которые могут быть полезными на рабочем месте [8]:

- гибкость: способность усваивать информацию и реагировать на новые вызовы по мере их возникновения,
- креативность: знание того, как создавать и проектировать различные типы цифрового контента,

- любопытство: более вероятно участие в разных формах неформального обучения.

Зачастую, в описаниях характеристик данного поколения встречается много мифов или стереотипных представлений, однако можно утверждать на основе проведенного исследования, что данное поколение обладает многими положительными чертами, позволяющими приспосабливаться в складывающемся нестабильном мире и вносить вклад в развитие общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Национальный план развития Казахстана: социальное благополучие, сильная экономика и доступное здравоохранение. <https://www.gov.kz/memleket/entities/economy/press/news/details/175046?lang=ru>
2. Национальный доклад по конкурентоспособности Казахстана https://economy.kz/documents/Analiz_konkurentospos/Doklads/2022_god._Nacionalnyj_doklad_po_konkurentosposobnosti_Kazahstana.pdf
3. Understanding Generation Z in the workplace. <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/understanding-generation-z-in-the-workplace.html>
4. Eldridge, Alison. "Generation Z". Encyclopedia Britannica, 3 Mar. 2023, <https://www.britannica.com/topic/Generation-Z>. Accessed 16 March 2023.
5. DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. Crossref DOI link: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021>. Published Print: 2021-09
Update policy: https://doi.org/10.1016/elsevier_cm_policy
6. исследование McKinsey «How does Gen Z see its place in the working world? With trepidation». <https://www.mckinsey.com/featured-insights/sustainable-inclusive-growth/future-of-america/how-does-gen-z-see-its-place-in-the-working-world-with-trepidation>
7. Eldridge, Alison. "Generation Z". Encyclopedia Britannica, 3 Mar. 2023, <https://www.britannica.com/topic/Generation-Z>. Accessed 16 March 2023
8. Gen Z's role in shaping the digital economy. Oxford Economics. March 2021. https://pmb.cereq.fr/doc_num.php?explnum_id=7965
9. Рынок труда Казахстана. Развитие в условиях новой реальности. https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/ru_kz/topics/consulting/ey-labor-market-of-kazakhstan-development-in-a-new-reality.pdf
10. Милениалы и поколение «Z» составляют 60% рабочей силы - Минтруда РК. https://www.inform.kz/ru/millennialy-i-pokolenie-z-sostavlyayut-60-rabochey-sily-mintruda-rk_a3941766

SWOT АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИСТКОЙ ОТРАСЛИ В КАЗАХСТАНЕ

Миникеева О.Р.

Казахстанско-Швейцарский Институт Туризма и Гостиничного бизнеса,
Алматы,
2 курс
Научный руководитель: Бельгибаев А.А.
м.э.н., лектор
Казахстанско-Швейцарский Институт Туризма и Гостиничного бизнеса

Аннотация

В статье на основе данных бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан исследованы показатели выездного и въездного туризма. На основе SWOT-анализа выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для дальнейшего развития туристкой отрасли.

Ключевые слова: туризм, swot-анализ, посетитель, поездка, ресурс

Введение

В Казахстане за последние годы уделяется важное значение диверсификации национальной экономики. В этом аспекте туризму отводится большая роль в повышении уровня занятости, доходов населения и в целом улучшении социально-экономической обстановки в стране.

Так, в государственной программе развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019 - 2025 годы отмечается, что «Казахстан, занимая выгодное геополитическое положение, обладая значительными природно-рекреационными ресурсами и объектами мирового культурного и исторического наследия (в список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО включены 11 объектов), уникальным природным разнообразием, имеет потенциал развития новых туристских продуктов и все необходимые базовые предпосылки, чтобы стать крупным игроком на карте мирового туризма» [1].

Методология

Для анализа и сравнения показателей развития выездного и въездного туризма использован графический метод. Экономико- статистический метод позволил выяснить, из каких стран приезжают в Казахстан туристы и в какие страны предпочитают выезжать казахстанцы. С помощью SWOT – анализа исследованы проблемы, сдерживающие развитие въездного туризма, обоснованы возможности для увеличения количества и улучшения качества туристских услуг.

Результаты исследования

В 2021 году по данным бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан страну посетило 1330169 человек, а выезжало из страны 3501387 человек. Соотношение посетителей по выездному и въездному туризму наглядно показано на рисунке 1. Количество посетителей по выездному туризму превышает аналогичный показатель по въездному туризму в 2,6 раза.

При анализе распределения туристов по целям поездок было обнаружено, что по выездному туризму доля посетителей по личным целям составила 67,16% от общего количества. Что касается въездного туризма, то тут сложилась несколько иная картина. Наблюдается превышение посетителей по деловой и профессиональной цели поездок.

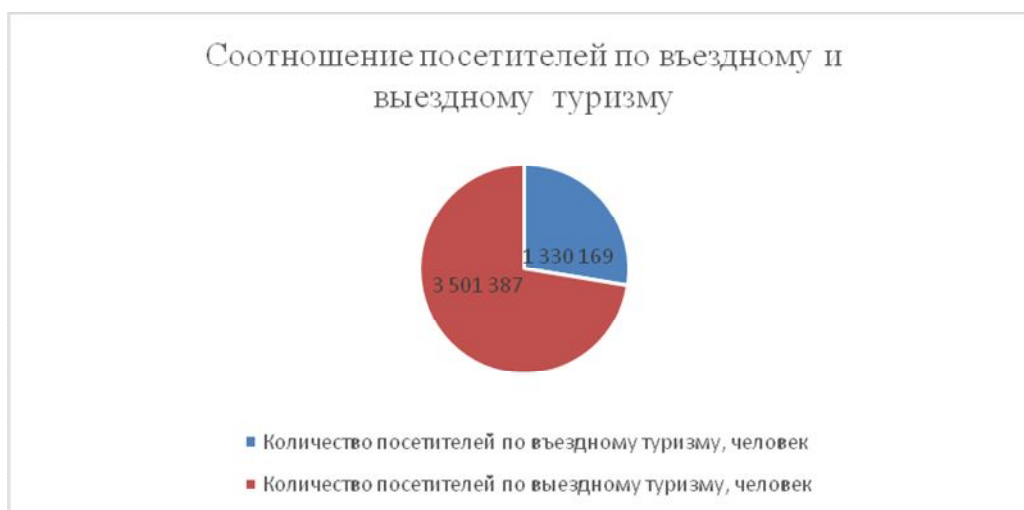


Рисунок 1 - Количество посетителей по въездному и выездному туризму в Казахстане в 2021 году
Примечание- Составлено по данным источника [2]

В 2021 году из стран СНГ Казахстан посетило 1130105 человек, из стран вне СНГ соответственно 200064 человек. Иными словами, можно констатировать тот факт, что 84,95 % туристов прибыло из стран СНГ и только 15,05% из стран вне СНГ. Среди стран СНГ можно отметить такие государства как Российская Федерация, Кыргызстан, Узбекистан, Беларусь. Так на долю Российской Федерации приходилось 32,55%, на долю Кыргызстана – 15,58%, на долю Узбекистана – 25,30% и на долю Беларуси- 5,57% от общего количества посетителей по въездному туризму. Среди стран вне СНГ из Турции прибыло

80771 человек, из Германии - 19257 человек, из Грузии - 12334 человек, из Китая – 11118 человек.

В 2021 году из Казахстана выезжало 3501387 человек, в том числе в страны СНГ - 73,42 % и в страны вне СНГ соответственно 26,58%. Среди стран СНГ по посещаемости можно выделить Российскую Федерацию (1413992 человек), Кыргызстан (464600 человек), Узбекистан (636772 человек), Беларусь (23387 человек). Среди стран вне СНГ казахстанцы предпочитали совершать поездки в Турцию (320891 человек), ОАЭ (196515 человек), Египет (178656 человек), Китай (68935 человек), Грузию (68699 человек), Германию (25921 человек) и другие страны.

Следует отметить, что ухудшение эпидемиологической ситуации в мире и ковидные ограничения отразились на количестве посетителей как по выездному, так и въездному туризму.

Между тем, в Казахстане существует значительный разрыв между количеством посетителей по выездному и въездному туризму. Для того, чтобы разобраться в причинах такого положения необходимо провести SWOT–анализ. При этом, выявить сильные и слабые стороны, потенциальные возможности и угрозы для дальнейшего развития туристской отрасли в Казахстане.

Таблица 1

SWOT–анализ развития туристской отрасли в Казахстане

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - выгодное географическое расположение; - наличие ресурсов для развития различных видов туризма; - государственная поддержка развития туризма; - уникальные природные ресурсы; - традиции гостеприимства; - наличие памятников материального и нематериального культурного наследия; - стабильная политическая и внутригосударственная обстановка. 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточное развитие инженерной и транспортной инфраструктуры; - невысокий уровень сервиса в местах отдыха туристов; - дефицит квалифицированного персонала, способного предложить качественное обслуживание туриста; - высокие цены на туристские продукты при недостаточно высоком уровне качества услуг; -ограниченное количество международных авиаперевозчиков; - сезонность туристского бизнеса; - низкий уровень информации о туристском потенциале Казахстана на внутреннем и международном рынках.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - расширение географии туристских потоков; - развитие различных направлений туризма: образовательный, социальный, гастрономический, экологический, медицинский, этнографический, аграрный, конный и другие. - повышение узнаваемости национального турпродукта; - привлечение инвестиций в сферу туризма. 	<ul style="list-style-type: none"> - нехватка финансовых ресурсов; -усиление конкуренции со стороны соседних государств; -ухудшение эпидемиологической ситуации и политической обстановки в мире; - снижение покупательной способности клиентов.
Примечание - Составлено на основе источников [1,3,4]	

Таким образом, сильные стороны придают уникальность национальному туристскому продукту, способствуют развитию туризма. Слабые стороны, напротив, тормозят развитие отрасли и необходимо разработать комплекс мер по решению перечисленных проблем. Использование возможностей обеспечит увеличение доли туризма в ВВП страны. Оперативное реагирование на угрозы и вызовы позволит преодолеть негативные тенденции и за счет изучения потенциальных рисков адаптировать стратегию развития

туристической отрасли Казахстана и его регионов к сложной политической и социально-экономической обстановке в мире.

Обсуждение результатов

За последние годы в Казахстане совместными усилиями государства и бизнес структур созданы условия для комфортного отдыха туристов. Предлагаются различные варианты размещения в зависимости от уровня платежеспособности посетителей, повысилось качество транспортных, информационных услуг и развивается индустрия развлечений. В результате наметилась очевидная тенденция развития внутреннего и въездного туризма.

Выводы

Таким образом, в результате проведенных исследований можно сделать вывод, что в Казахстане имеются перспективы для развития различных видов туризма по причине уникальности туристских ресурсов, государственной поддержки отрасли, активизации предпринимательской деятельности в этой сфере, реализации системных мер по повышению узнаваемости национального туристского продукта, улучшению сервиса и проведению грамотной рекламной кампании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 360 // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360>
2. Туризм Казахстана. Статистический сборник. Нур-Султан, 2022.- С.13 -19
3. Санникова И.Н., Чупина Д.Е. Перспективы и проблемы развития международного туризма на примере Алтайского края // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2017. №1.- С. 54-66
4. Нургалиева З.Х., Хасенова К.Е., Куанткан Б., Шафеева Л.А., Заякина А.В. Методика и современные экономические подходы к развитию малого и среднего бизнеса организации туристской сферы ВКО и применение мирового опыта // «Вестник Национальной академии наук Республики Казахстан». -2022.- №4. С.363-378

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАЗАХСТАНСКОГО РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Мақсұт А.Б.

Университет Нархоз,
Менеджмент, магистрант 1 курса

Научный руководитель: Ниеталина Г.К.
к.э.н., ассоциированный профессор
Университет Нархоз

Аннотация

В данной статье автором проанализировано состояние и проблемы развития гостиничного сектора казахстанского бизнеса. В основу работы положены данные Бюро национальной статистики АСПР РК, где предоставлена основная статистическая информация по состоянию гостиничного сектора страны. При исследовании автором использовались описательный, статистический и метод SWOT - анализа. С помощью этих методов была выявлена основная концепция развития конкурентоспособности гостиничного бизнеса, также был выявлен наиболее востребованный у потребителей регион и сегмент гостиничного бизнеса. Особое внимание уделяется описанию слабых сторон и угроз, стоящих перед гостиничным бизнесом и предложены основные пути их решения. Автор приходит к выводу, что одним из главных перспектив развития гостиничного бизнеса является развитие этнотуризма и тематических средств размещения, также повышение уровня квалификации персонала.

Ключевые слова: Конкурентоспособность, индустрия гостеприимства, гостиничный бизнес, конкурентная стратегия, места размещения, SWOT - анализ.

Введение

Происходящие изменения на международном рынке отразились и на сфере гостиничного бизнеса, он стал трансформироваться с учетом разных запросов потребителей и развитием новых форматов средств размещения. Развитие гостиничного хозяйства непосредственно связано, по мнению ведущих экспертов, с современными концепциями. Наиболее эффективной концепция гостиничных услуг может быть только при комплексном подходе, включающем:

- изучение и прогнозирование рынка;
- разработку методов продвижения гостиничных услуг;
- эффективную ценовую политику;
- систему информационного обеспечения;
- разработку плана маркетинга.

В последние годы в связи с развитием гостиничных услуг в данный комплекс добавляются еще 3 составляющие, формирующие стандарт обслуживания отелем:

- персонал: поскольку главным ресурсом роста и процветания в сфере услуг является персонал, то необходимо определить, в чем сильные и слабые стороны персонала отеля: какие навыки, знания и умения необходимо улучшить;
- процесс: как осуществляются продажа, обслуживание, сколько времени тратит клиент на приобретение услуги;
- окружение: интерьер, создающий определенное настроение и способствующий привлечению клиентов.

Кроме этого следует отметить и то, что с развитием рыночных отношений повышается риск неопределенности в деятельности гостиниц. А. Васильченко выделяет следующие факторы, которые усиливают данный риск:

- неизвестно количество реальных и потенциальных потребителей их услуг, то есть динамика и конъюнктура рынка и, в частности, конкуренция между отдельными отелями, производящими аналогичные гостиничные услуги;
- неизвестны потребности и возможности покупателей, иными словами, как, когда и какую часть гостиничных услуг они будут использовать;
- неясна степень ускорения научно-технического прогресса, который обуславливает сокращение цикла жизни оборудования, технических нововведений, в том числе и в сфере гостиничных услуг. [1, с.98]

Казахстанский гостиничный бизнес рассматривается как один из наиболее конкурентоспособных секторов среди других отраслей экономики. На данный момент гостиничный сектор развивается в основном в плоскости делового туризма, хотя наибольший спрос существует на гостиницы среднего класса.

Как показывает статистика, в основном в Казахстан приезжают с деловыми поездками. Если до пандемии статистика показывало 80-85%, то к 2022 году число приезжих с деловыми поездками увеличилось на 15%. [2]

По статистике Бюро национальной статистики АСПР РК деловых гостей и других отдыхающих могут принять 3 756 гостиниц разных категории, из них "5 звёзд" имеют 26 отелей, "4 звезды" – 58 гостиниц, а "3 звезды" – 47 мест размещения и тд. [3] Наиболее привлекательные и значимые объекты расположены на юге республики в населенных пунктах, в городах мегаполисах: Алматы, Астана, Шымкент, Актау, которые считаются местами повышенной инвестиционной деятельности.

Широкий и разнообразный характер гостиничного сектора охватывает и элементы, связанных с ним секторов индустрии, как питание, отдых и развлечения и др., соответственно по стране выделяют следующую статистику по указанным категориям:

- гостиницы с ресторанами – 799;

- гостиницы без ресторанов – 1408;
- дома отдыха – 87;
- пансионаты для отдыха – 28;
- детские лагеря – 111;
- сельские домики, коттеджи, квартиры – 1099;
- туристские базы – 52;
- кемпинги – 34;
- хостелы – 76.

Самое большое количество мест размещения в Алматы – 556, а также в Восточно-Казахстанской области – 589. Меньше всего гостиниц и турбаз в ЗКО – всего 76.

По итогам первого полугодия 2022 года объем услуг, оказанных гостиницами, отелями и другими местами размещения в Казахстане, составил 67,8 миллиарда тенге (таб.1) - на 51,9% больше в стоимостном выражении, чем годом ранее. [3]

Более подробно информация с расчетами указана на таблице 1.

Таблица 1

Объем гостиничных услуг, оказанных местами размещения по областям Казахстана за 2020-2022гг.

Объем гостиничных услуг, оказанных местами размещения в Казахстане. Январь – июнь (млн.тг)								
	Всего			Показатель роста в 2022г.		Доля по РК		
	2022/П	2021/П	2020/П	2021/П	2020/П	2022/П	2021/П	2020/П
Казахстан	67 762	44 599	28 009	23 163,2/ 151,9%	39 753/ 242%	100%	100%	100%
г. Алматы	20 650,9	11 214,6	8 268,8	9 436 / < 84%	12 382 / <150%	30,5%	25,1%	29,5%
г. Астана	14 034,8	8 328,4	5 817,9	5 706,5 / < 68,5%	8 217 / <141%	20,7%	18,7%	20,8%
г. Шымкент	3 636,7	2 761,4	1 289	875 / < 32%	2 348 / <182%	5,4%	10,1%	4,6%
Туркестанская	2 554,6	1 787,1	439	767,5 / <43%	2 116 / <482%	3,8%	4%	1,6%
Восточно Казахстанская	1 748,6	1 847,3	1 323,4	-99 / >5%	425 / <32%	2,6%	4,1%	4,7%
Западно Казахстанская	1 431,3	1357,5	1003,7	73,7 / <5%	428 / <43%	2,1%	3%	3,6%
Жамбыльская	840,5	717,7	311,7	123 / <17%	529 / <170%	1,2%	1,6%	1,1%
Северо Казахстанская	698,2	615,6	248	83 / <13%	450 / <181%	1%	1,4%	1%
Расчеты составлены автором на основе данных Бюро национальной статистике АСПИР РК								

Исходя из данных приведенных в таблице 1, по итогам первого полугодия текущего года объём услуг, оказанных гостиницами, отелями и другими местами размещения, в РК составил 67,8 млрд тг. — на 51,9% больше в стоимостном выражении, чем годом ранее (реальный рост — на 43,6%).

Если сравнить объем гостиничных услуг, оказанных местами размещения по итогам первого полугодия периода пандемии 2020 годом и текущим годом, то в стоимостном выражении он на 142% больше, чем двумя годами ранее, что показывает большой поток туристов и развитие как внутреннего, так и въездного туризма.

Наибольший объем услуг в секторе наблюдался в южной столице, Алматы: 20,7 млрд тг, годовой рост — на 84,1%. В тройке лидирующих регионов также оказались Астана (14 млрд тг, плюс 68,5% за год) и Шымкент (3,6 млрд тг, плюс 39,7%). Такое увеличение объема

гостиничных услуг связано с увеличением роста количества посетителей и повышением качества услуг.

Самыми часто посещаемыми местами размещения гостей в РК стали гостиницы с ресторанами, за первое полугодие они обслужили 1,6 млн человек — на 38,6% больше, чем годом ранее.

Далее идут гостиницы без ресторанов (983 тыс. человек), а следом — коттеджи, небольшие домики, бунгало, шале и квартиры (220,2 тыс. человек). В топ-5 популярных мест размещения также вошли дома отдыха и турбазы.

В разрезе категорий мест размещения 293,7 тыс. человек выбрали пятизвездочные гостиницы, 297,7 тыс. человек — четырехзвездочные, 138,9 тыс. человек — трехзвездочные, 5,9 тыс. человек — двухзвездочные, 1 тыс. человек — гостиницы с одной звездой. Впрочем, еще 1,8 млн человек выбрали гостиницы без категорий. [3]

Степень успешности гостиничного бизнеса на рынке зависит от многих факторов, из которых формируется его микросреда.

К микросредам в гостиничном бизнесе относятся поставщики. В гостиничном бизнесе основными поставщиками являются компании, поставляющие оборудование, мебель и продукты питания.

В гостиничном бизнесе, с хорошим потребительским вниманием, к поставщику устанавливаются строгие условия, к которым можно отнести: своевременную доставку качественной пищевой продукции; стабильность работы всех звеньев бизнеса; обеспечение технического оснащения современным оборудованием; обеспечение качества хранения пищевой продукции и др. [4]

Однако в настоящее время в процессе обслуживания гостиниц существует ряд внутренних и внешних проблем, непосредственно влияющих на эффективность их деятельности, которые можно разделить на несколько групп, что продемонстрировано методом SWOT – анализа. (табл. 2)

Таблица 2

SWOT-анализ казахстанского рынка гостиничных услуг (составлено автором)

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> • Данная отрасль изучена мировым опытом; • существуют проверенные технологии и решения для его модернизации; • наличие моделей эффективного менеджмента на крупных предприятиях; • постоянный поиск путей развития эффективного менеджмента; • рынок открыт для потенциальных инвесторов и частных источников финансирования; • высокий уровень конкуренции на рынке гостиничных услуг в крупных городах. 	<ul style="list-style-type: none"> • Неравномерность регионального развития гостиничного бизнеса, концентрация рынка в двух крупных городах страны; • недостаточное развитие инфраструктуры и сервиса оказываемых услуг; • слабая обеспеченность высококвалифицированными кадрами, текучесть кадров; • высокая стоимость услуги; • слабый маркетинг и брендинг.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • Наличие эффективных механизмов государственной поддержки отрасли; • помощь в анализе лучших мировых достижений и их внедрении в казахстанскую гостиничную индустрию со стороны КАГиРА; • достижение значимых и экономически эффективных результатов деятельности; • открытие международных сетей гостиниц с представительствами. 	<ul style="list-style-type: none"> • Низкая инвестиционная привлекательность рынка; • низкая предпринимательская активность; • низкий уровень въездного туризма; • заинтересованность инвесторов вкладываться в крупные отели высокого класса, при том, что гостиницы средней категории будут более востребованы.

Согласно представленных данных, проанализируем слабые стороны и угрозы гостиничного рынка:

1. Неравномерность регионального развития рынка услуг. Несмотря на рост числа компаний, предоставляющих гостиничные услуги, наблюдается неравномерность их распределения по регионам (от 556 гостиниц в городе Алматы до 76 гостиниц в Западно-Казахстанской области). Казахстанский рынок гостиничных услуг находится на стадии становления. Крупные компании рынка сосредоточены в основном в Астане и Алматы, а региональный рынок представлен более мелкими игроками.

2. Недостаточное развитие инфраструктуры отрасли, что подразумевает недостаточное развитие инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры в местах туризма, труднодоступность туристских объектов, низкий уровень сервиса в местах отдыха туристов, недостаточное количество и качество сервиса объектов придорожной инфраструктуры.

3. Недостаточная обеспеченность квалифицированными кадрами. Большинство гостиничных организаций страны имеют потребность в грамотном менеджменте и высококвалифицированных специалистах. Нехватка квалифицированных кадров в сфере услуг, обусловлено также академическим характером образования, расхождением образовательных программ с требованиями рынка труда, потребностями в производстве и ожиданиями работодателей и др. Тем самым, данный вид бизнеса связан с проблемой текучести кадров из-за малой привлекательности профессии, поэтому в настоящее время наиболее актуальна проблема подбора работника и его обучения до профессионального уровня.[5] Проблема текучести кадров выражается в первую очередь, низким уровнем оплаты труда, отсутствием социального пакета и другими стимулирующими факторами. К примеру, среднемесячная номинальная заработанная плата работника сферы гостиничных услуг на конец 2021 года составило всего 132 500 тенге. Также в гостиничных предприятиях недостаточное внимание уделяется мероприятиям по повышению квалификации сотрудников, что снижает эффективность и качество предоставляемых услуг.

4. Достаточно высокий уровень конкуренции на рынке гостиничных услуг, особенно в крупных городах.

5. Слабый маркетинг и брендинг выражается в высокой стоимости маркетинговых исследований в специализированных исследовательских центрах, отсутствием кадров и опыта для проведения подобных исследований собственными силами предприятия, что приводит к отсутствию четкой картины развития бизнеса и эффективного маркетингового плана, что значительно снижает возможность получения поддержки от неправительственных институтов развития и государственного финансирования. [6, с.68]

6. Недостаточный же предпринимательский интерес и активность в сфере деятельности является следствием недофинансирования гостиничного бизнеса частными инвесторами. Успех гостиничного бизнеса зависит от многих факторов и не подлежит конкретному планированию, а это, в свою очередь, негативно сказывается на инвестиционной привлекательности отрасли.

Если говорить о перспективах гостиничного бизнеса в Казахстане, то, по мнению экспертов, это выгодный проект для инвестиций. Однако очень важно инвестировать не только в строительство роскошных домов, но и в отели среднего сегмента. В Казахстане также нужно делать упор на качественный этнотуризм, так как иностранцев, особенно гостей из стран СНГ, привлекает Астана, Алматы с их высотками, а европейцев привлекает этническая жизнь кочевников. Поэтому нужно разрабатывать национальный бренд, и для этого нужны хорошие инструменты поддержки для развития целого кластера по развитию этнотуризма: производство юрт, разведение лошадей, формирование концептуальных гостиниц, создание инфраструктуры в целом. На казахстанском рынке можно выделить только пару отелей, которые сочетают в себе национальные особенности нашей культуры, как «Жумбактас», «Оi-Karagai», «Tauturgen».

По словам Владимировой О. «Современный бизнес гостиничных услуг, предполагает значительное усиление роли управления - обострения конкурентной борьбы приводят к настоятельной потребности такой организации дела, которая бы гарантировала ответственное отношение каждого работника фирмы, активное и эффективное участие в ее

делах всех сотрудников. Поэтому в развитых странах искусство управления высоко ценится, котируется и, конечно, соответственно, высоко оплачивается». [7,с.60] В связи с этим, возникает потребность увеличения производительности труда, а это без инвестирования в новые гостиничные технологии и оборудование практически невозможно. Кроме того, необходимо усиление управленческих процессов в этом направлении, и прежде всего, финансового и организационного менеджмента в вопросе отдачи вложенных средств на основе реально разработанного бизнес-плана. Подходы к оценке качеств управления в гостиничном деле республики не выработаны, совершенно недостаточно обобщается и анализируется опыт функционирования гостиничных комплексов, не поднимаются их проблемы в отечественной литературе и средствах массовой информации. Уровень управления в гостиничном бизнесе Республики Казахстан еще только начинает стабилизироваться, и проблемы снижения затрат и увеличения эффективности являются общими практически для всех форм собственности и хозяйствования гостиничных предприятий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Васильченко, А.О. Менеджмент в туризме и гостеприимстве: учебно-методическое пособие : в 2 ч. / А.О. Васильченко, Е.А. Гречишкина. – Пинск : ПолесГУ, 2019. – Ч. 1.– 181с.
2. Официальный портал «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/about-company/reporting/>
3. Портал «Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/official/industry/22/statistic/7>
4. Забержинский Б.Э., Карева Н.В. Гостиничная индустрия: ее роль в развитии экономики, основные проблемы и пути их решения// Экономика, предпринимательство и право. – Том 6, номер 1 (Январь-март 2016), [Электронный ресурс]: URL: <https://bgscience.ru/lib/35242>
5. Современные тенденции развития гостинично-ресторанного бизнеса Сб. материалов межд. онлайн-конф.–Нур-Султан: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2020.
6. Ефимов А. Б. Методы оценки и пути повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий// Вестник науки. 2019. Том 1. № 3 (12). С. 66 - 71.
7. Владимирова О.Г. Инновационные методы управления гостиничным бизнесом / О.Г. Владимирова, И.А. Ляпина // Экономика. Социология. Право: материалы международной научно-практической конференции. – Саратов: ООО Центр профессионального менеджмента «Академия бизнеса», 2016. – С. 58-61.

ESG-ПРИНЦИПЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В КРИПТОВАЛЮТУ

Мананков Н.С.

Казахский Национальный университет имени аль-Фараби,
Высшая школа экономики и бизнеса
менеджмент, студент 3^{го} курса

Научный руководитель: Сансызбаева Г.Н.
д.э. н., профессор

Аннотация

Экологические, социальные и управленческие факторы (ESG) становятся все более важными в процессе принятия инвестиционных решений, как и для рынка криптовалют. По мере развития индустрии крипто-активов, инвесторы и регулирующие органы стремятся понять влияние ESG на цифровые активы. В этой статье рассматривается влияние факторов ESG на инвестиции в криптовалюту, проблемы оценки ESG на этом развивающемся рынке и потенциальные решения для содействия соблюдению ESG в индустрии криптовалют.

Ключевые слова: криптовалюта, блокчейн, крипто-активы, ESG, принятие решений, регулирующие органы, ответственное инвестирование.

Введение

Криптовалюты, такие как Ethereum и Bitcoin, стали популярным финансовым инструментом для многих инвесторов. Однако рынок крипто-активов в значительной степени нерегулируемый, и существуют опасения по поводу его воздействия на окружающую среду, социальные последствия и структуры управления. Экологические проблемы создаются из огромного потребления энергии, связанного с добычей криптовалют, в то время как социальные проблемы сосредоточены вокруг потенциального использования цифровых активов для незаконной деятельности. Проблемы управления сосредоточены на отсутствии регулирования и надзора на рынке.

Факторы окружающей среды

Процесс добычи криптовалюты является энергоемким процессом и в значительной степени зависит от ископаемого топлива, которое способствует выбросам парниковых газов. В результате растет обеспокоенность по поводу воздействия криптовалют на окружающую среду, и инвесторы все чаще рассматривают последствия своих инвестиций для ESG. Некоторые криптовалюты, такие как Ethereum, изучают более энергоэффективные методы майнинга, такие как proof-of-stake, который потребляет значительно меньше энергии, чем proof-of-work майнинг. Инвесторы могут рассмотреть возможность инвестирования в компании, которые используют возобновляемые источники энергии для питания своих майнинг-предприятий.

Социальные факторы

Криптовалюты были связаны с незаконной деятельностью, такой как отмывание денег и финансирование терроризма. Децентрализованный характер криптовалют затрудняет для регулирующих органов мониторинг и контроль за транзакциями. Однако некоторые криптовалюты, такие как Monero и Zcash, предлагают расширенные функции конфиденциальности, которые затрудняют отслеживание транзакций, что вызывает опасения по поводу их использования в незаконной деятельности. Инвесторы, которые придерживаются принципов ESG, могут рассмотреть возможность инвестирования в криптовалюты, которые внедрили меры по предотвращению незаконной деятельности, такие как "Know Your Customer" (KYC) и "Anti-Money Laundering" (AML).

Факторы управления

Отсутствие регулирования и надзора на рынке криптовалют вызвало опасения по поводу защиты инвесторов и стабильности рынка. Криптовалюты часто подвержены крайней волатильности, а отсутствие надзора означает, что возможны манипуляции рынком и мошенничество. Отсутствие прозрачности на рынке криптовалют также затрудняет инвесторам оценку рисков, связанных с их инвестициями. Чтобы решить эти проблемы, некоторые страны внедряют нормативно-правовую базу для криптовалют, в то время как другие изучают возможность создания глобальной нормативно-правовой базы. Инвесторы могут рассмотреть возможность инвестирования в криптовалюты, которые внедрили меры по обеспечению соблюдения существующих правил и повышению прозрачности на рынке.

Заключение

Факторы ESG, то есть факторы, связанные с экологией, социальной ответственностью и управлением, играют все более важную роль в принятии инвестиционных решений на рынке криптовалют. С развитием этой индустрии, инвесторы и регулирующие органы все больше задаются вопросом о том, как эти факторы влияют на цифровые активы и инвестиции в них. Среди ключевых соображений ESG для инвесторов в криптовалюту можно выделить влияние майнинга на окружающую среду, социальные последствия незаконной деятельности и проблемы управления. Рынок криптовалют создает определенные трудности при оценке факторов ESG, но возможные решения включают инвестирование в криптовалюты, которые внедрили меры по решению этих проблем, и продвижение нормативно-правовой базы, способствующей соблюдению ESG в отрасли. В целом, инвесторы, учитывающие факторы ESG при принятии инвестиционных решений на

рынке криптовалют, могут помочь способствовать устойчивому росту и ответственной практике инвестирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Рисунок 1. Bitcoin: Number of Active Addresses, 2023/03/15. Доступна по ссылке: <https://studio.glassnode.com/metrics?a=BTC&iss=https%3A%2F%2Fauth.glassnode.com%2F&m=addresses.ActiveCount>
2. Рисунок 2. Annualized Total Bitcoin Footprints, 2023/03/15. Доступна по ссылке: <https://digiconomist.net/bitcoin-energy-consumption>
3. Рисунок 3. Erik Silfversten, Marina Favaro, Linda Slapakova, Sascha Ishikawa, James Liu, Adrian Salas “ Exploring the use of Zcash cryptocurrency for illicit or criminal purposes”, 2020. Доступна по ссылке: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR4400/RR4418/RAND_RR4418.pdf
4. Рисунок 4. Global Bitcoin Legality, 2021/03/22. Доступна по ссылке: <https://coin.dance/poli>

ANALYSIS OF THE STATE OF CORPORATE CULTURE IN KAZAKHOIL AKTOBE LLP

Akhmetkyzy A.A.

Al-Farabi Kazakh National University
Management (RUDN) 2 course

Scientific adviser: Kupeshova S.T.
c.e.s., senior lecturer

Abstract

The development of corporate culture through strong unity and motivational measures is a mechanism for high efficiency of the company. If earlier consumers chose only the company's products and services, now everything is different. Now consumers are choosing the corporate culture of the organization. Recently, corporate cultural development management has been organized and developed in Kazakhstan. However, unfortunately, the methods and theories of domestic experts on this issue are insufficient. From a practical point of view, this does not allow managing the development of corporate culture and solving the main problems of its change and improvement. As a data source for this study, we used data from Kazakhoil Aktobe LLP and various publications on this topic. Based on the results obtained, we pointed out the identified problems in Kazakhoil Aktobe LLP

Keywords: corporate culture, values, norms, corporate behavior

Introduction

Many foreign researchers seek to study corporate culture and its impact on the structural activities of large enterprises. Analysis and development of positive trends in a dynamic corporate culture makes it possible to increase the efficiency of management of any economic object, including a company, especially in conditions of uncertainty and unstable external environment.

Gaps in research. In developed foreign countries, it has long been realized that corporate culture is considered the basis of a company's current capabilities: for what reason people become employees of one company, how their relationships are formed, and they also believe that stable norms and principles of the company's existence and work, which they distribute, are considered excellent or insufficient. The purpose of this study is to answer the question: "How does corporate culture affect employees and the effectiveness of the company?" by analyzing the corporate culture of Kazakhoil Aktobe LLP and strengthening the management of the socio-economic situation of the company and, as a result, improving the efficiency of its activities based on the improvement of corporate culture using the following methods: system analysis, diagnostic analysis and evaluation, etc. The most important tools in this article are the theoretical foundations built on the basis of

previous academic sources, a questionnaire sent to employees of Kazakhoil Aktobe LLP and, finally, publicly available financial data of Kazakhoil Aktobe LLP.

Literature review

The definition of corporate culture that we understand and use today in the corporate world has evolved over the years. Based on the definition of culture, managers have established that in every organization there is a corporate culture, as well as personal management, which is of particular importance in the company's activities. Since the concept of corporate culture appeared, it has begun to develop in stages, it can be structured as follows:

1. The emergence of the company as a social organism. In 1957, the famous American writer Theodore Selnich defined corporate culture. Subsequently, studies conducted in many large companies, such as IBM, have shown that culture within an organization has a special impact on economic characteristics.

2. Vision of the company as a cultural identity. Jean and Luc-Vachette said that the concept of corporate culture appeared in the United States in the late 1970s, and the emergence of the definition of corporate culture coincided with the need for organizations to "mobilize all employees of the company and force them to follow the outstanding details of the organization."

Many American writers have defined corporate culture as rituals, symbols and dialogues of people belonging to a certain category, which are the beliefs and values of people.

There are more than a hundred definitions of corporate culture. However, if we focus on the definitions of those authors who mention "corporate culture" in the field of management.

Methodology

The questionnaire consists of individual ideas and observations of the interviewees but is later reviewed and evaluated using a theoretical basis. The respondents will be representatives of Kazakhoil Aktobe LLP, the respondents will have extensive work experience in the company, and they will be actively employed in any managerial position. These surveys will be aimed at identifying the most important cultural features of Kazakhoil Aktobe LLP. The purpose of the survey was to identify certain factors that employees consider important in their daily work. Although the survey does not serve the same purpose as a given study, the answers to this personnel question can be used to confirm possible assumptions made during the survey. The questionnaire also helps to determine whether the opinion of management about the company coincides with the opinion of lower-level employees.

As of 27.02.2022, 691 people worked in Kazakhoil Aktobe LLP. But suppose that all 687 people do not work in an office. The office employs 114 people. The survey was conducted only among ordinary employees and middle managers. Such a choice of respondents is determined by guessing the difference between the answers of employees and management to the proposed questions. 53 people, that is, 50.96%, took part in the survey.

Results and discussion

Let's start analyzing the corporate culture of the company and answer the question "How does corporate culture affect employees and its impact on the effectiveness of the organization?" using the method of qualitative assessment by elements. Next, we define the type of corporate culture in the organization.

According to the classification of Ch. Khandy, the corporate culture of Kazakhoil Aktobe LLP belongs to the type of "Duty culture", since at the heart of the system of power is the power of a specialist, an expert, team spirit and teamwork are more important than individual results. Decisions are made at the group level, employees and departments are united, initiative is encouraged. According to the aspects noted by Geert Hofstede, corporate culture can be described as follows (Table 1).

Table 1

Description of the corporate culture of Kazakhoil Aktobe LLP (according to G. Hofsted)

Indications	Description
Rejection of uncertainty	You can see a high degree of aversion to uncertainty. This is because employees want to work in a clear and understandable organizational structure. There is no competition within the organization. Managers are experts in the field of management.
Power distance	Low remoteness of power prevails. This picture can be traced in: - it is possible to make any decision in the organization only after discussing a common problem; each employee has the right to express his point of view; managers and subordinates meet on "you"; the rules are the same for everyone. Top management is available.
Individualism or teamwork style	Collectivization is mainly observed in this organization. This manifests itself in group decision-making when organization is compared with families. Progress can only be achieved internally through practice. Employees pay attention to responsibility and loyalty. Leadership uses traditional methods of motivation.

Of great importance in the corporate culture is a certain approach to employees, who in this case return to the company. The questionnaire asks the question: "How do new employees get used to the company? From the options "with the help of a team", "with the help of discipline", "without the help of others", all respondents chose the option "with the help of a team". In addition to responsibilities for their obligations, it will be useful for the respondent to establish several personal responsibilities that will affect his direct work in the company. "What do you like about working at this enterprise?" most respondents 73% - an attractive collaborative atmosphere, 15% - the likelihood of career growth, 9% - high wages, 3% - a sense of stability of the company. The result will be a positive joint atmosphere that has developed in Kazakhoil Aktobe LLP. (Fig.1)

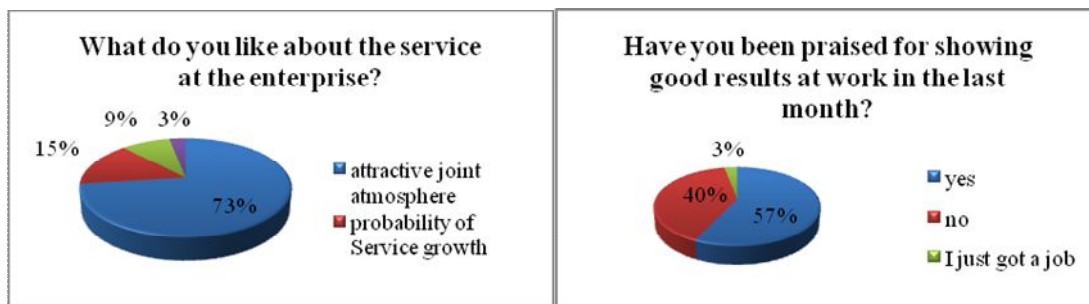


Figure 1 - Employee favorability of activities Enterprise.

Figure 2- Incentive situation at the Enterprise.

To find out the level of motivation in the company, ask "Have you been praised for showing good results at work in the last month?" the question was asked. Most respondents answered "yes" - 58%, "No" - 40%, "I just got a Job" - 3%. The conclusion is that the company has a high level of motivation. If the employee shows good results, he will receive praise. Some employees said that they received the praise not in the last month, but several months ago. (Fig.2)

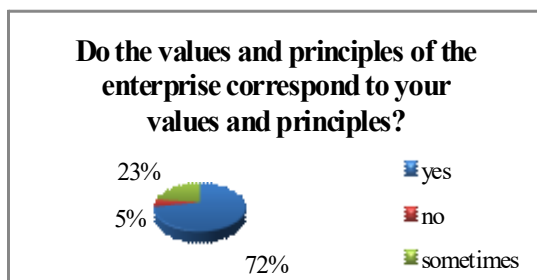


Figure 3 - values and principles of the Enterprise.

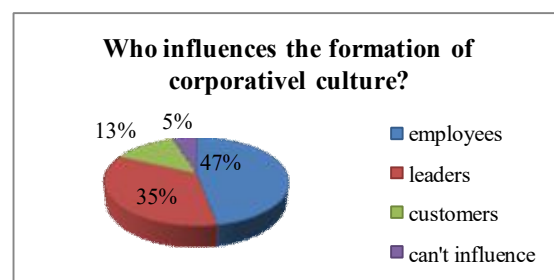


Figure 4 - Influencers in the formation of the organizational culture of the Enterprise.

One of the key elements of corporate culture is the awareness of employees about the mission of the company in a broad sense, as well as in a limited sense applicable to a particular company. If we talk about the consonance of the personal values of the participants in our sample survey, as well as the foundations of the corporate culture of their companies, then those who answered "yes" in such a situation - 72%, "sometimes" – 23%, and those who answered "no" -5% (Fig.3)

"Who influences the formation of corporate culture?"the question was asked. To this question, 47% of respondents answered "employees", 35% - "managers", 13% - "consumers", 5% - "no influence"(Fig.4) The professional qualifications of employees in the organization directly affect the state of the organization. Among the answers were 70%-" business trips, special courses", 18% - " computer courses", 12%-" seminars, lectures, other language courses" (Fig.5)

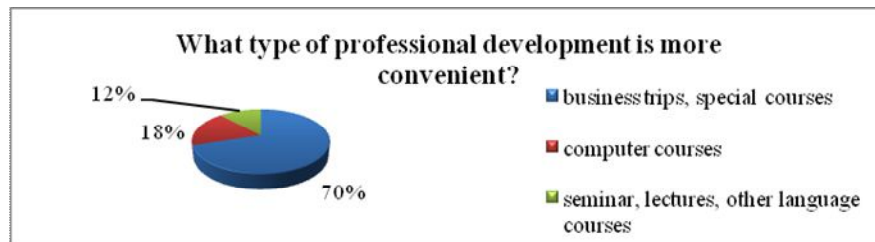


Fig. 5 - Professional development of employees of the enterprise.

The survey included the name and purpose of the study, the content of the survey, the criteria for participation, the role of participants, confirmation of volunteering and anonymity. The purpose of the study was to improve the corporate culture of Kazakhoil Aktobe LLP. The results of the survey were supposed to reflect the corporate culture that has developed in the company. The data from the table of study of organizational culture, based on the characteristics of F. Harris and R. Moran, can be considered in more detail in the following figure (Fig.8).

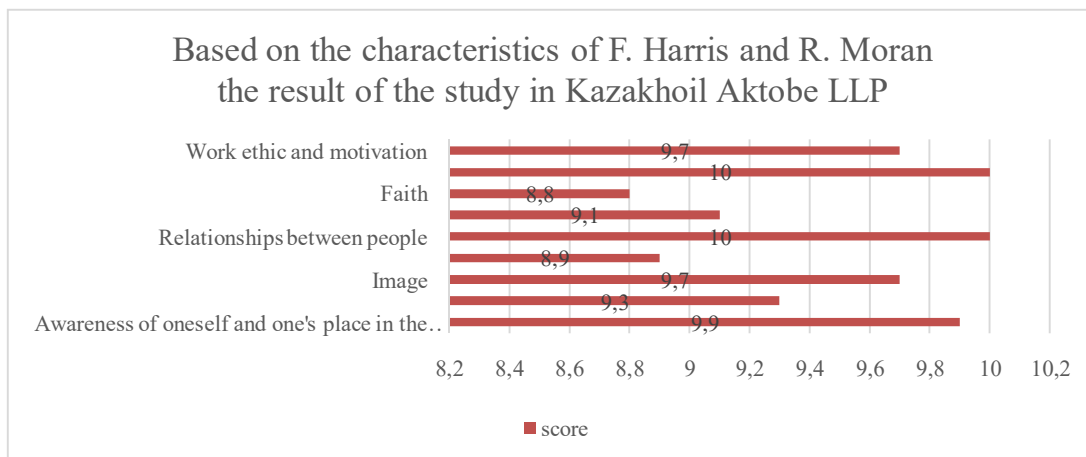


Figure 6 - A study base dont he characteristics of F. Harris and R. Moran.

For a comprehensive analysis of the corporate culture in the organization, the methodology of F. was chosen. Harris and R. Moran. He can comprehensively assess the corporate culture of the organization and determine its advantages and disadvantages. It includes several methods described above. In the 10 main studies of F. Harris and R. Moran used a questionnaire based on their characteristics. The survey was conducted on 10 statements in which it was necessary to express their attitude to them. As you can see from the graph, all positions get higher scores.

The highest scores – 10 points out of 10 possible - were awarded to the positions "human relations" and "employee development process". Relations between employees are not only formal,

but many people are also friendly and communicate well with each other in an informal setting, interacting outside of work. In addition, employees rated "knowledge of themselves and their place in the organization" (9.9 points) with very high marks. Each of the employees is highly appreciated by the management. Everyone performs certain tasks.

The organization grants the right to show a creative approach to work and professional progress in the company to absolutely all categories of employees, something that raises their motivation to work. The company focuses on the long-term benefits of improving the personality of employees, gives significant importance to high team cohesion as well as the moral climate.

Employees realize that success for the company is the formation of human resources, teamwork, motivation of employees to work and, as a result, a satisfied customer. A close-knit and friendly team based on trust and mutual assistance is Kazakhoil Aktobe LLP.

Conclusion

According to the results of research to analyze the corporate culture of kazakhoil Aktobe LLP, a survey was conducted, an analysis according to G. Hofsted, a study based on the characteristics of F. Harris and R. Moran. During the review process, it was determined that the company's employees possess significant responsiveness, a favorable atmosphere within the team. At the same time, the company's corporate culture revealed inconsistencies in the company's strategy, the ambiguity of the dress code, the absence of a specialist whose functions the corporate culture enters, regulatory legal acts formally approving and forming the management of the corporate culture. It was confirmed that the factor of corporate culture has a significant impact on the success of the company. The need to discover new commercial applications requires the creative approach of individuals as an integral part of the corporate culture. corporate culture really functions as a dynamic combination of efforts that promote companies in support of economic development.

REFERENCES

1. Bulletin of KASU - Corporate culture of the organization as a component of the management system at the enterprise. (n.d.) Permission mode: <https://www.vestnik-kafu.info/journal/4/112/>
2. Cameron K. Techniques for making organizations effective: Some popular approaches. Enhancing Organizational Performance. — Washington D.C.: National Academy Press, 2000, 57-73.
3. Francis, A. (2018, July 27). Role and Functions of Organization Culture in an Organization. MBA Knowledge Base. Permission mode: <https://www.mbaknol.com/strategic-management/role-and-functions-of-organization-culture-in-an-organization/>
4. Grachev S. A., Kucherov D. G. (2015) Development of a model of interrelation of organizational identity and attractiveness of an organization in the labor market // Bulletin of St. Petersburg State University. Ser. 12. — Issue 1. — C. 69-71.
5. John R. Graham (2017). Corporate Culture: Evidence from the Field. Permission mode: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2937525
6. Ksenofontova H. Z. (2015). Value attitudes of managerial personnel are the basis for the formation of their competencies. XXI century: results of the past and problems of the present plus: scientific and methodological journal. — Vol. 3. — № 6 (28), 350-355.
7. Logan D. The Leader and the Tribe. Five levels of corporate culture / translated from the English by S. Kirova. — M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2018. - 300.
8. Making managers: Amazon.co.uk: Handy, Charles B., Gordon, Colin, Gow, Ian, Randlesome, Colin: 9780273029298: Books. Permission mode: <https://www.amazon.co.uk/Making-Managers-Charles-B-Handy/dp/0273029290>
9. Quinn R. E. (2000). Beyond Rational Management. — San Francisco : Jossey-Bass, 33-51.
10. Zhelnina E.V. (2005). Social technology of personnel training as a factor of innovative activity of an industrial enterprise. Togliatti : Publishing House of LLC "Tech-cocomplete", 145-156.

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Мантай Н. У.
Казахский Национальный университет

Аннотация

Инновационная деятельность играет важную роль в жизни каждой компании. Инновационная деятельность способствует развитию конкурентоспособности и помогает организации расти и входить в число наиболее развитых компаний в рыночной экономике. Инновации позволяют компаниям минимизировать затраты и увеличить объемы продаж и улучшить качество обслуживания, а также снизить производственные издержки. Инновационная деятельность компаний может оказать положительное влияние на конкурентоспособность Республики Казахстан, повысить эффективность и имиджевый рейтинг, а также способствовать выпуску новой продукции и снижению производственных издержек за счет новых технологий.

В данной статье рассматриваются такие понятия, как управление конкурентоспособностью и инновационная деятельность предприятия. А также влияние инновации и их воздействие на конкурентоспособность организации. Определяется, почему инновационная деятельность считается главным фактором достижения успеха в бизнесе, в повышении показателей эффективности производства, достижения конкурентных преимуществ.

Здесь мы обсудим положительные и отрицательные стороны, проблем и преимуществ инновационной деятельности на примере ТОО "RG Brands" и предложим рекомендации по повышению конкурентоспособности через инновации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, менеджмент, инновации, инновационная активность, предприятия, предпринимательство, бизнес.

Термин «инновация» происходит от латинского «*novatio*», что означает «обновление» (или «изменение»), и приставки «*in*», которая переводится с латинского как «в направление», если переводить дословно «*Innovatio*» — «в направлении изменений».

В настоящее время инновации являются активным звеном всех сфер жизнедеятельности общества. Невозможно представить современный мир без как уже осуществившихся инноваций и ставших привычными, так и без будущих, способствующих дальнейшей эволюции. Большинство ученых сходятся во мнении, что инновации превратились в основную движущую силу экономического и социального развития. Инновационная деятельность привела мировое сообщество к новой, более высокой ступени развития.

Для чего также необходима благоприятная макроэкономическая и институциональная среда: система государственного образования, способствующая подготовке кадров с учетом требований бизнеса; развитые рынки товаров и услуг, которые поощряют предпринимательскую компетентность; рынки труда, приводящие к быстрой адаптации к изменениям в экономической среде, заметим, что изменения сами по себе являются основной предпосылкой для развития успешной инновационной системы [1].

Практическая значимость данной статьи состоит в поиске проблем, связанных с инновационной деятельностью компании, и рассмотрении рекомендаций по повышению инновационной активности с целью повышения конкурентных преимуществ компании среди конкурентов в индустрии прохладительных напитков.

RGBrands – один из производителей соков и напитков в Казахстане, функционирующий с 1994 года. Компания располагает тремя производственными площадками на севере и юге страны. Общие мощности позволяют производить 1 миллиард литров напитков в год.

RG Brands – ведущая компания по производству напитков и соков. RGBrands создает бренды, каждый из которых призван сделать жизнь потребителей лучше. Компания известна миллионам клиентов в Казахстане, России, Кыргызстане и Узбекистане. В целом бренд известен в Центральной Азии.

RG Brands является официальным партнером PepsiCoInternational и PepsiLiptonInternational в Казахстане, Кыргызстане, Узбекистане.

В компании имеются три современные производственные площадки общей мощностью 1 миллиард литров в год. Собственная платформа продаж и дистрибуции с высокой долей прямых продаж обеспечивает доступ к продукции миллионам потребителей в СНГ.

Миссия компании – улучшить качество жизни массового потребителя за счет передовых инноваций в маркетинге и дистрибуции напитков и продуктов питания[2].

Финансовое положение ТОО "RGBrandsKazakhstan" является основной и наиболее важной экономической характеристикой организации. И это то, что определяет конкурентоспособность и перспективы предприятия, а также дальнейшее развитие, потенциал в деловом сотрудничестве и, в целом, будущее организации.

Выручка компании от продаж увеличилась на 23,8 млрд тенге по сравнению с 2020 годом и составила 96,4 млрд тенге за весь 2021 год. Выручка на 76% состояла из выручки от продажи соков, напитков и безалкогольных напитков, на 24% - от продажи чая, молока и продуктов питания.



Рисунок 1 - Выручка ТОО "RG Brands Kazakhstan" за 2021г. [3].

Два местных лидера производителя RG Brands и Raimbek Bottlers, а также исторически сложившиеся игроки международного класса Coca-Cola, Pepsico с импортом напитков, производимых вторым по величине российским производителем, брендами “Rich”, “Добрый” и российским импортером WimmBillDann с соками и нектарами J7.

Coca-Cola с ее сильным международным брендом “Cappy” и местным “Pico” сохраняет лидирующие позиции, являясь, по сути, единственной компанией, увеличившей продажи в 2012 году в этой категории. Компания Raimbek Bottlers, которая кардинально изменила свою стратегию, она пересмотрела объемы продаж соков и нектаров в пользу сокосодержащих напитков.

Однолитровая упаковка Tetrapacket в то же время небольшая упаковка, рассчитанная на одну порцию, пользуется спросом в основном среди детей и школ.

Соки и нектары из Европы (Pago, Neuss) также присутствуют на рынке, хотя за последние два года их количество значительно сократилось, поскольку вместе с напитками из России и Украины они считаются небольшим сегментом с точки зрения цены.

На Рисунке 1. показано, что RG Brands является бесспорным лидером в категории сладких негазированных напитков с 2013 года, переместив в эту категорию больше соков и нектаров и достигнув доли рынка в 32%. Следующим по объему производства является «Рикс» с его очень хорошо продаваемым брендом «Березовый сок».



Рисунок 2 - Лидеры в категории сладких негазированных напитков в Казахстане по компаниям – производителям, в процентах от общего объема 2021г. [3].

RG Brands сотрудничает с мировыми лидерами в разработке передовых технологий в производстве продуктов питания, компания использует лучшие практики и стандарты качества, которые ежегодно подтверждаются сертификатами от всемирно известных аудиторских организаций.

“Принципы RG Brands основаны на высокой корпоративной ответственности. Одним из приоритетов компании является общение с потребителем, поскольку забота о потребителе и его благополучии является основой процветания производителя”, - говорится в заявлении компании [4].

Существует несколько методов оценки условий работы предприятия (возможностей и угроз). Одним из наиболее распространенных и признанных методов является SWOT-анализ.

Таблица 1

SWOT-анализ ТОО «RG Brands Kazakhstan»

Сильные позиции на рынке	Слабые позиции
<ol style="list-style-type: none"> 1. Производство соков, напитков и бутилированной воды; 2. Имеет эффективную систему дистрибуции и логистики по всему Казахстану; 3. Много лет на рынке; 4. Розлив сока производится машиной нового поколения; 5. Строгий контроль качества. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сильные конкуренты; 2. Высокие расходы на размещение вакансий; 3. Новые игроки на рынках 4. Сезонные рецессии
Преимущества	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ведущая компания по производству фруктов и овощей в Центрально-азиатском регионе, осуществляющая производственную и дистрибьюторскую деятельность в соответствии с международными стандартами качества; 2. Повышение мотивации и укрепление командного духа путем проведения корпоративных совместных мероприятий и отдыха; 3. Позиционирование компании на рынке, с использованием уже сложившейся репутации, ориентир на важные для клиентов показатели; 4. Создание инновационной сервисной компании с высококачественными услугами и высоким уровнем сервиса [4]. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая конкуренция на рынке труда; 2. Недобросовестная конкуренция со стороны предприятий – конкурентов путем переманивания сотрудников; 3. Новые IT-технологии на фирмах-конкурентах; 4. Дублирование управленческих функций; 5. Наличие большого количества “пустых” штампов.

Из данных таблицы 1, можно сделать вывод, что в настоящее время компания ТОО "RG Brands Kazakhstan" является лидером по производству соков в Казахстане. Но существует большая конкуренция между отечественной компанией, а также официальным партнером PepsiCo International и Pepsi Lipton International в Казахстане. Основным недостатком рынка соков и напитков является сезонная зависимость.

Вывод

В настоящее время активизация инновационной деятельности на промышленных предприятиях является важнейшей составляющей конкурентоспособности предприятия. Во всем мире инновации становятся основным инструментом повышения конкурентоспособности товаров и услуг. Такая активизация бизнеса стала возможной, благодаря повышению качества образования, переходу на принципы новой экономики, что является ядром достижения успеха в жесткой конкуренции фирм за кошельки и лояльность покупателя.

Относительно брендов RG можно сделать следующие выводы:

- компания является лидером по производству соков и напитков;
- потребители часто пользуются продуктами, соками и напитками компании "RG Brands", но не все потребители информированы полностью о производителе, то есть о компании "RG Brands";
- инновационная деятельность компании сосредоточена на маркетинговой стратегии, поскольку компания не является производителем оборудования и технологий;
- "RG Brands" использует инновационные технологии для производства напитков и каждый год стремится создавать напитки с новым вкусом для разных потребительских сегментов рынка.

В целом, в ближайшем будущем можно прогнозировать дальнейший рост на рынках товаров, производимых компанией. АО "RG Brands". В целом планируется обеспечить рост продаж за счет следующих действий:

- разработка новых брендов;
- поддержание высокого качества продукции;
- высокий уровень национального распространения;
- постоянная маркетинговая поддержка брендов.

Что касается планов региональной экспансии в Центральную Азию и Россию, то результаты исследований этих рынков подтверждают их привлекательность с точки зрения большего размера и меньшей конкуренции, чем на внутреннем казахстанском рынке. АО "RG Brands" намерено использовать близость значительных рынков в южных регионах России, граничащих с Казахстаном, а также относительно низкий уровень насыщенности и конкуренции на рынке Кыргызстана и Узбекистана [5].

Развитие инновационной деятельности и ее внедрение в деятельность компании является важнейшим фактором для каждой организации. Но это зависит от ассортимента и линейки продукции компании. Но инновационное развитие с точки зрения маркетинга поможет любой компании расти и входить в число ведущих компаний страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Инновации и конкурентоспособность бизнеса / Инновации и конкурентоспособность бизнеса - Revista Mètode (metode.org) / Андрес Гарсия Речь, Андрес Дж. Пикасо 10.10.2011
2. АО "RG Brands" — Forbes Казахстан / АО "RG Brands"
3. Годовой отчет 2021, АО «RG BRANDS» / [Электронный ресурс] https://kase.kz/files/emitters/RGBR/rgbrp_2021_rus.pdf
4. Анализ корпоративной культуры ТОО "RG Brands Kazakhstan" / [Электронный ресурс] Анализ корпоративной культуры ТОО "RG Brands Kazakhstan", общая характеристика деятельности ТОО "RG Brands Kazakhstan" - Формирование и развитие корпоративной культуры в организации (studbooks.net)
5. Роль АО "RG Brands" на отдельных продовольственных рынках Казахстана / [Электронный ресурс] Роль АО "RG Brands" на отдельных продовольственных рынках Казахстана (be5.biz) (apni.ru).

ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ ПОКОЛЕНИЯ ЗУМЕРОВ О СФЕРЕ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Григорян А.Э.

КазНУ им. аль-Фараби, Высшая школа экономики и бизнеса
Менеджмент, 3 курс

Научный руководитель: Тасжарганов С.И.
м.э.н., ст.преподаватель

Аннотация

Актуальность: Тема инвестирования, долгое время казавшаяся сложной и запутанной, выходит на первый план даже в неформальном кругу далеких от мира финансов людей. Финансовой грамотности все еще не учат в школе, но портрет инвестора за последние пару лет значительно изменился.

Цель исследования: изучить насколько поколение «зумеров» осведомлено об инвестировании, и как они подготовлены для активизации развития экономики Республики Казахстан.

Новизна: Республика Казахстан является развивающейся страной с богатыми природными ресурсами, которые могут использоваться для инвестирования.

Введение

Одной из важных ролей, которую поколение Z может сыграть в развитии экономики РК, является стимулирование развития цифровой экономики. Это поколение выросло в эру цифровых технологий и инноваций, и они очень хорошо владеют компьютерами, смартфонами и другими устройствами.

Поэтому они могут стать движущей силой для создания и развития цифровых стартапов, что может привести к созданию новых рабочих мест и повышению общей производительности экономики. Кроме того, поколение Z очень активно использует социальные медиа, их влияние может стать важным для рекламы и маркетинга товаров и услуг. Это позволит компаниям в РК использовать новые подходы и стратегии для продвижения своих продуктов на рынке.

Однако, насколько осведомлены "зумеры" об инвестировании и финансовых рынках, и как подготовлены они к финансовому будущему? Поколения 1997-2012 гг. проявляют интерес к инвестированию и финансам, однако, им не всегда хватает знаний и опыта для принятия правильных инвестиционных решений.

Кроме того, на сегодняшний день существует ряд проблем, которые затрудняют доступ молодого поколения к инвестированию. Некоторые из этих проблем включают высокие пороги входа на финансовые рынки, отсутствие подходящих финансовых инструментов для начинающих инвесторов и нехватку знаний о финансовых рынках.

Кроме того, важно учитывать, что в период быстрого технологического развития и изменениях на финансовых рынках, молодое поколение может иметь другие предпочтения и требования по отношению к инвестициям и финансовым инструментам. Целевая аудитория моего исследования может+ проявлять больший интерес к онлайн-инвестированию, использованию криптовалют и других новых технологий в финансовой сфере.

Важно также учитывать, что Республика Казахстан является страной с высоким потенциалом для инвестирования и экономического роста. Инвестирование может стать ключевым фактором для развития различных секторов экономики, таких как энергетика, транспорт, туризм, сельское хозяйство и другие. Однако, для того чтобы "зумеры" могли активно участвовать в этом процессе и внести свой вклад в развитие страны, им необходима подготовка и осведомленность об инвестировании.

Основная часть

Согласно отчету "Молодежный бизнес в Казахстане", проведенному в 2020 году, большинство молодых предпринимателей (62,6%) в Казахстане сами финансировали свой бизнес из собственных сбережений или за счет семейной поддержки. Кроме того, 10,6% молодых предпринимателей использовали кредиты банков, чтобы финансировать свой бизнес.

Из отчета "Молодежный бизнес в Казахстане" следует вывод о том, что большинство молодых предпринимателей в Казахстане используют собственные сбережения или получают поддержку от семьи для финансирования своего бизнеса. Однако, согласно исследованию, проведенному kaspi.kz, молодые люди также активно участвуют в новых финансовых технологиях, таких как криптоактивы.

Если взять во внимание исследование, проведенное kaspi.kz, крупнейшим банком Казахстана, среди клиентов, которые торгуют на их платформе KaspiGold, наибольшую долю занимают молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет. Кроме того, согласно опросу, проведенному kaspi.kz в 2021 году, 16% респондентов заявили, что владеют криптовалютами.

Также стоит взять в расчет отчет "Цифровая жизнь казахстанцев" от 2019 года, 6,3% респондентов в возрасте от 18 до 24 лет сообщили, что инвестируют в криптовалюты. Это число возрастает вместе с возрастом: 9,3% респондентов в возрасте от 25 до 34 лет заявили, что инвестируют в криптовалюты. Среди молодежи в возрасте от 18 до 24 лет, наиболее популярными криптовалютами являются Bitcoin и Ethereum.

Интерес молодежи в Казахстане к криптовалютам проявляется не только в отчете "Цифровая жизнь казахстанцев", но и в исследовании "Доверие и безопасность в казахстанском интернете" от 2020 года. По данным этого исследования, 13,8% респондентов в возрасте от 18 до 24 лет имеют опыт инвестирования в криптовалюты. Более того, отмечается, что молодежь в Казахстане предпочитает использовать электронные кошельки и платежные системы, такие как Qiwi, Kaspi и PayPal, которые также могут быть связаны с криптовалютами. Следовательно, можно сделать вывод, что интерес к криптовалютам у молодежи в Казахстане продолжает расти, а возможности для инвестирования и использования электронных платежных систем становятся все более популярными.

Относительно инвестиционной активности молодежи в Казахстане, в 2019 году был запущен "Национальный фонд развития молодежного предпринимательства", который предоставляет финансовую поддержку молодым предпринимателям. Также существуют различные стартап-акселераторы и инкубаторы, которые помогают молодым предпринимателям получать инвестиции и развивать свой бизнес.

Кроме того, в свете роста популярности криптовалют, правительство Казахстана в последние годы предпринимает шаги для регулирования их использования и инвестирования. В 2020 году был принят закон о цифровых активах, который регулирует деятельность в сфере криптовалют и создает условия для их легального использования и инвестирования.

В рамках написания данной статьи также было проведено небольшое исследование, с результатами которого вы можете ознакомиться ниже познакомитесь.

Анализ полученных из опроса данных

В рамках написания данной статьи также было проведено небольшое исследование, с результатами которого вы сейчас познакомитесь. Целевой аудиторией опроса стали студенты университета КазНУ им Аль-Фараби. В общей сложности было опрошено 80 человек.

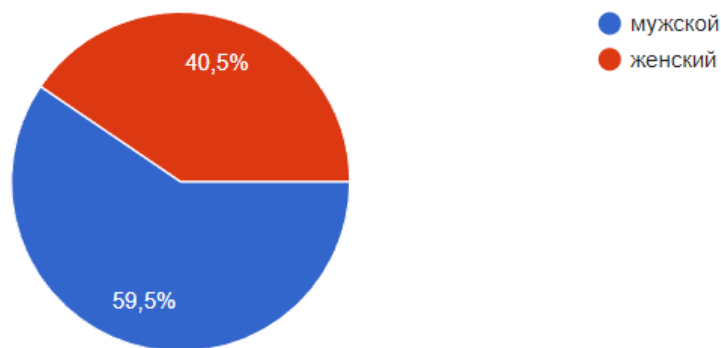


Диаграмма 1- Пол опрошенных

Как видно из диаграммы 1, большая половина опрошенных, мужского пола.

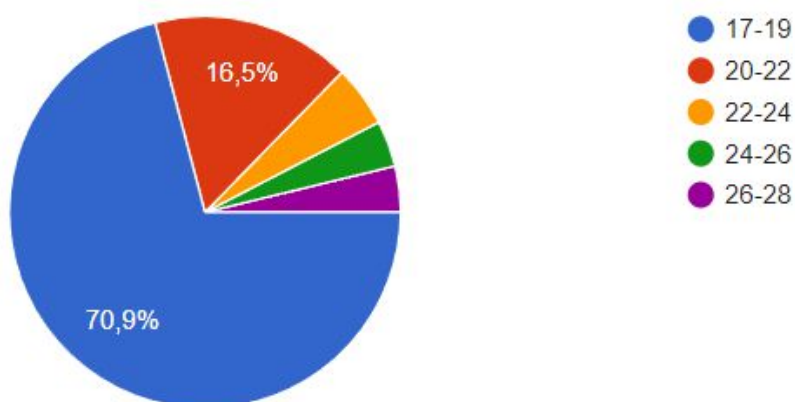


Диаграмма 2- Возрастная категория респондентов

Подавляющее большинство опрошенных лиц, в возрасте от 17 до 19 лет. Далее лица 20-22 лет. Самые маленькие проценты разделили между собой респонденты в возрастной категории от 22 до 28 лет. В следующей диаграмме можно отследить принадлежность респондентов к миру инвестиций.

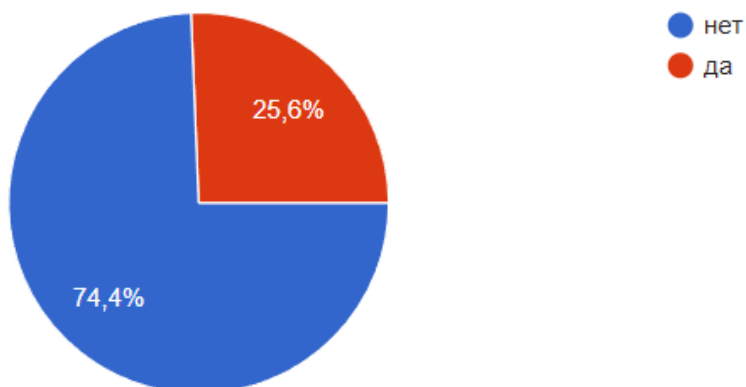


Диаграмма 3- Занимаются ли опрошенные инвестированием?

Как видно из опроса, подавляющее большинство не занимаются инвестированием.



Диаграмма 4- Причина по которой «зумеры» не инвестируют?

Ключевой проблемой в неразвитости инвестиционной деятельности среди поколений 1997-2012 является «недостаточность знаний в области инвестиций». 12,3% респондентов считает это занятие недостаточно интересным, а 9,6% не находят дополнительного времени на это.

Основные направления инвестиций опрошенных

1. Здоровье - зумеры могут тратить деньги на медицинскую помощь, лекарства, страхование здоровья, фитнес, занятия йогой и другие здоровый образ жизни. С увеличением возраста, зумеры могут также тратить больше денег на лечение хронических заболеваний.

2. Образование - зумеры могут тратить деньги на обучение своих детей или внуков, на получение дополнительного образования для себя, на курсы и тренинги по различным темам. В РК также популярны зарубежные образовательные программы, которые могут быть дорогими.

3. Развлечения - зумеры могут тратить деньги на различные виды развлечений, такие как походы в кино, театры, концерты, поездки в рестораны и кафе, путешествия, спортивные события и т.д.

4. Сбережения - зумеры могут также тратить деньги на сбережения, вкладывая их в различные финансовые продукты, такие как депозиты, облигации, акции, паи инвестиционных фондов и т.д. Это может помочь им сохранить свой капитал и заработать на процентах.

5. Бизнес - зумеры, которые имеют свой бизнес, могут тратить деньги на его развитие, рекламу, различные виды консалтинговых услуг и другие расходы.

6. Мода и гаджеты - зумеры могут также тратить деньги на модную одежду, обувь, украшения, смартфоны, ноутбуки и другие электронные устройства.

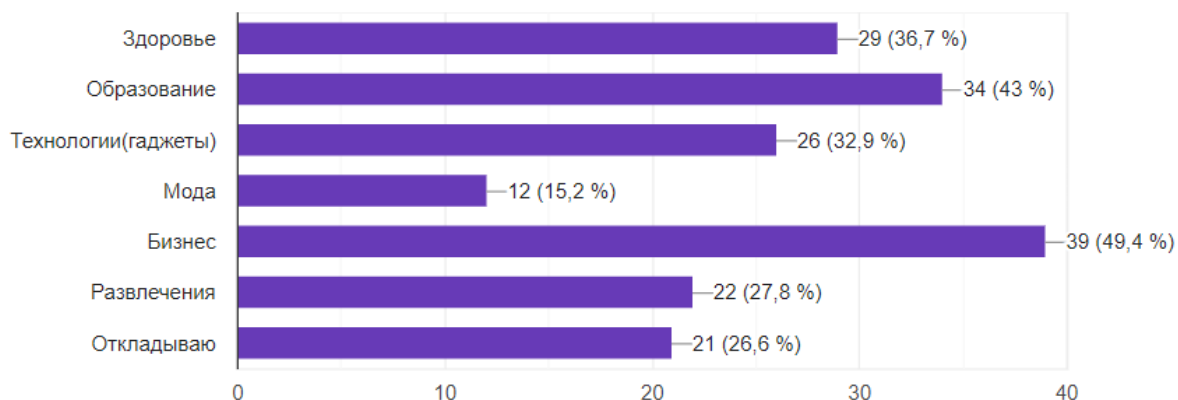


Диаграмма 5 - «В какие сферы жизни в основном инвестируют респонденты»

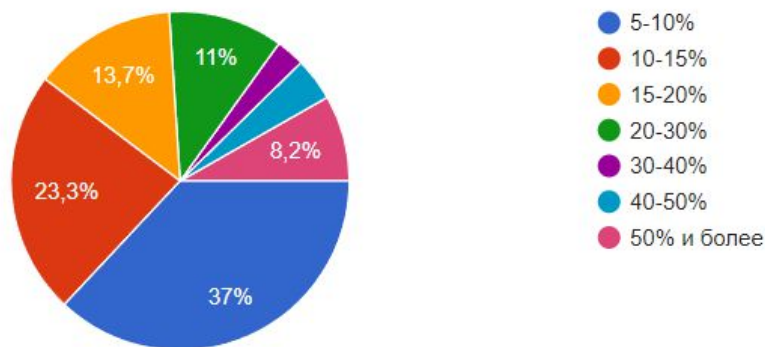


Диаграмма 6- «Какой процент от дохода респонденты тратят на удовлетворение потребностей»

Данная диаграмма демонстрирует что большинство опрошенных, предпочитают инвестировать лишь 5-10%. Лишь небольшое количество людей предпочитает инвестировать от 50% своего дохода.

Зумеры обычно инвестируют в свой будущий доход в довольно большой мере, но конкретный процент может различаться в зависимости от индивидуальных финансовых возможностей каждого человека.

Выводы и дискуссии

Нельзя сделать обобщающие выводы об инвестиционной политике целого поколения на основе опроса всего 80 человек, так как это слишком маленькая выборка, чтобы быть репрезентативной для всего поколения. Для того, чтобы получить точную картину инвестиционной политики определенного поколения, необходимо провести исследование, учитывающее большое количество респондентов, из разных регионов, с разным образованием, доходами и другими факторами. Только такой подход позволит сделать достоверные выводы об инвестиционных предпочтениях определенной группы людей.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что интерес зумеров к инвестированию достаточно высокий, однако качественной информации об инвестировании нет в широком доступе. Также стоит отметить, что среди опрошенных очень мало людей, которые инвестируют больше чем 10-15%. Это может свидетельствовать о том, что несмотря на интерес, многие зумеры не имеют достаточной финансовой грамотности и опыта в инвестировании. Для повышения уровня финансовой грамотности и обеспечения доступа к качественной информации об инвестировании необходимо проводить образовательные программы и расширять доступность информации для широкой аудитории.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Министерство образования и науки Республики Казахстан Центр Болонского процесса и академической мобильности. Аналитический отчет реализация принципов болонского процесса в Республике Казахстан в 2019. https://enic-kazakhstan.edu.kz/uploads/additional_files_items/56/file/analiticheskiy-otchet-za-2019-god.pdf?cache=1581490562
2. "Молодежный бизнес в Казахстане" (2020), проведенный исследовательской компанией MarketResearch. <https://market-research.ru/>
3. Опрос доступен по данной ссылке <https://docs.google.com/forms/d/1OzFD53imzVAMeuHwOCP3WQmqL0YQJQkyRTITumtQ40s/edit#responses>

MANAGEMENT OF EMPLOYEES SATISFACTION IN AN ENTERPRISE

Babangida Abdullahi Sabiu

Al- Farabi

Kazakh National University,
High School of Economics and Business
Management, 1st year

Scientific Adviser: Turebekova B.O.
dr.

Abstract

In modern organizational and management theory and practice, the concepts of performance management (PM) and employee satisfaction management are closely related (EPM). This essay makes the case that an organization's practices for human resource performance management (HRPM) have a significant impact on employee satisfaction. Measuring and achieving higher levels of employee satisfaction also helps them achieve more and perform better. The processes that enable responses and the evaluation of employee performance are related to employee satisfaction. One's feelings toward their job are referred to as job satisfaction. If an employee's expectations are met (or if they exceed them), that employee will be satisfied. Increased organizational commitment results from higher job satisfaction. Higher productivity is the outcome of this. The main goals of this essay are to evaluate job satisfaction: to determine the effectiveness of job satisfaction and the various organizational and personal factors influencing job satisfaction: to assess the effectiveness of job satisfaction and to learn about the various factors, such as organizational and personal factors, that affect employees' job satisfaction.

Introduction

Job satisfaction is defined as the level of gratification and contentment that an employee feels toward his or her overall job, considering how satisfied they are with the job itself, their coworkers, their managers, and the company policies. Numerous studies have emphasized how crucial it is to pay attention to the issue of employee job satisfaction because it is crucial to the success or failure of the entire firm. Additionally, because it has a positive impact on employees' job performance, the literature has placed a strong emphasis on the significance of employee job satisfaction. Different academics define job satisfaction in different ways. Any combination of psychological, physiological, and environmental factors that leads a person to honestly state, "I am satisfied with my job," is what Hoppock called job satisfaction (Hoppock, 1935). According to this approach although job satisfaction is under the influence of many external factors, it remains something internal that has to do with the way the employees feel. That is, job satisfaction offers a collection of elements that contribute to a sense of satisfaction. To keep up with the rapidly changing competitive market brought on by economic globalization, all businesses must work to strengthen their own competitiveness, maintain their competitive advantages, and give them the resources to do so. Employee satisfaction with their jobs is one of the major factors influencing corporate performance. According to Tang, an employee's behavior at work is more influenced by their attitude toward their job and level of job satisfaction than by their own skills. To be more competitive, an organization should put its main efforts into boosting employee job satisfaction and unleashing all their enthusiasm.

The Human Capital sector uses the broader term "employee satisfaction" to refer to how content or satisfied employees are with things like their jobs, their working environments, and the companies they work for. Many organizations use regular surveys to measure employee satisfaction and track satisfaction trends over time because it's one of the key metrics that can help gauge an organization's overall health. A high level of satisfaction indicates that employees are content with their employer's treatment of them. The second is to investigate the fundamental psychological variables such as value, commitment, and expectations related to individuals' emotional responses.

Investigating the relationships between job satisfaction, absence and turnover, and overall life satisfaction is the third step. A situation where both labor and capital benefit can significantly raise employees' external job satisfaction. One of the comforting aspects of having employees serve as managers and the requirement to develop metrics for assessing their output and satisfaction is the requirement for management style. Two factors staff and skills have an impact on the creation of a set of employee performance indicators and measures that are appropriate for the circumstances in each organization. Even though understanding job satisfaction is a global issue that all businesses and countries work to address, the term is frequently associated with employment in the United States. The primary differences are what each culture values as a key component of job satisfaction and how people interact with or work within their respective organizations.

Literature Review

The three main categories into which job satisfaction can be roughly divided are intrinsic, extrinsic, and overall satisfaction (Skelton et al., 2019). Intrinsic satisfaction, which is correlated with control, self-worth, accomplishment, and feedback, is influenced by the nature of the task. Extrinsic satisfaction focuses more on individual comparisons and refers to the task's nature as it relates to employee happiness in the workplace, as well as recognition and praise from superiors, good benefits, a good salary, and opportunities for advancement. To gauge overall satisfaction, which refers to employees' general satisfaction with their work, a combination of internal and external satisfaction is used (Ahmad, 2018; Boamah et al., 2018; Ezzat & Ehab, 2018).

An individual's emotional orientation toward their current job role is characterized as their level of job satisfaction and is linked to their behavior at work, thereby expressing feelings of happiness or unhappiness at work (Adamy, 2018; Singh & Onahring, 2019). Conclusion: The ability of the organization to succeed by boosting the satisfaction of overcoming obstacles in the global era is the challenge that must be overcome. Job satisfaction can raise organizational engagement, work performance, external stakeholder satisfaction, service quality, and civic engagement. It is hoped that the company will experience low turnover rates as well as an increase in job satisfaction for employees, among other things with decent wages and stable work. Employee commitment and employee turnover rates are closely related.

Research Design And Methodology

Due to its capacity to enable the researcher to elicit a thorough understanding about experiences and processes, this study used qualitative research methodology. This was accomplished by determining the participants' emotions, beliefs, and motivations for engaging in certain behaviors. The method was also adopted because it was appropriate for examining the significance, intent, or reality of people's attitudes and behaviors (Harper & Thompson, 2012). As a result, this approach was thought to be appropriate for this study because it aimed to gauge how satisfied foreign workers were with their jobs. The study's target population included 305 sales representatives who were categorized as "betting assistants," "cashiers," and "supervisors/managers.". Eight people made up the sample, including three cashiers, two supervisors, and three betting assistants. This study focused on sales assistants who had been with the company for at least a year because it was determined that this length of time would be sufficient to provide in-depth knowledge on the subject at hand. Because the researcher wanted to include only those deemed suitable to provide information needed to answer the main research questions, they purposefully selected participants.

Research Results

Based on the ideas and insights presented in this paper, empirical research was conducted on a significant Nigerian private company (DANGOTE GROUP) with a complex organizational structure of more than 1,500 organizational units and over 30,000 employees. This company adheres to strict policies and procedures. the company's culture is defined by its centralization, formalization, and specialization. Position in the organization is typically hierarchical and is based on experience and prior employment. The employees' dedication to the business' goals has led to long-term employment with the company. Diagrams of the workplace are used to display survey data from participants who answered a questionnaire made especially for this study. Employee self-

evaluation was used to collect the data. examining the outcomes that were shown. " Teamwork (28,56%), reporting and administration (14,28%), and reporting and time management (42,85% of the sample) all received excellent grades. Only a small percentage of tasks, mostly problem-solving and decision-making (14,28% of the employees surveyed), received a minimal grade. These examples demonstrate that in order to develop a staff that is more knowledgeable, skilled, and experienced, certain areas need to be improved. In order to get these outcomes, training programs that increase employee empowerment, increase their involvement in decision-making, and promote the generation of fresh concepts and solutions through brainstorming and other creative processes must be developed and put into practice. According to research, managing employee performance and creating subtle procedures to boost employee satisfaction will require significant effort.

Conclusions

One of the key success factors of the company is employee satisfaction, which is viewed considering the fundamental objectives set by today's socially conscious businesses. Along with maintaining employee satisfaction, organizations frequently maintain customer, client, supplier, and other stakeholder satisfaction. One of the main objectives of the business and its management is employee satisfaction. One of the main objectives of the business and its management is employee satisfaction. The relationship between employee satisfaction and employee performance management is strong and obvious, and it affects all facets of organizational performance while being particularly evident in the human resource management field. Finally, all strategic and tactical human resource management initiatives have a significant impact on employee performance and satisfaction. HRPM offers a detailed upgrade and improvement of the working processes, which is why its effects should be monitored, managed, and measured for the best results in developing a workforce that is educated, skilled, and satisfied. Employees should be encouraged and motivated in addition to receiving pay through training, health, social, and other initiatives that will heighten their commitment to the organization. Dedicated, committed, and contented workers will undoubtedly produce the best work products, boost the reputation of the business, increase the price of their stock, and boost the bottom line of the company.

REFERENCES

1. Human Resource Management Journal, Vol 15, No 3. Chew, I., Horwitz, F. (2004), „HRM strategies in practice: case–study findings in multinational firms “.
2. Asia Pacific Journal of Human Resources, Vol. 42, No 1. Dessler, G. (2005), Human Resource Management, Pearson, New Jersey. Greve, H.R. (2003), Organizational Learning from Performance Feedback, Cambridge University
3. Don Holrigger, John W. Sluckham Jr., Richard W. Wardman. (2001). Organizational Behavior [M]. Dalian: Dongbei University of Finance and 3 E3S Web of Conferences 253, 02078 (2021) <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125302078> EEM 2021 Economics Press, 67-72
4. Ali, W. (2016). Understanding the concept of job satisfaction, measurements, theories and its significance in the recent organizational environment: A theoretical framework. Archives of Business Research, 4(1).
5. Asiedu, E. E. A., Annor, F., Amponsah-Tawiah, K., & Dartey-Baah, K. (2018). Juggling family and professional caring: Role demands, work–family conflict and burnout among registered nurses in Ghana. Nursing Open, 5(4), 611–620
6. Wang Zhigang, Jiang Huiming. (2004). An Empirical Study on the Influence of Individual Characteristics of Chinese Employees on Corporate Satisfaction [J]. Nankai Management Review, (01): 101-106

ВЛИЯНИЕ РАЗРАБОТКИ ПОРТРЕТА КЛИЕНТА НА РАЗВИТИЕ КОМПАНИЙ

Сарыев Ж. Д.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
докторант 2-го курса программы ДВА

Научный руководитель: Купешова С.Т.,
к.э.н., доцент

Аннотация

Статья посвящена клиентоориентированной стратегии маркетинга и ее роли в повышении лояльности к продуктам компании. В этой стратегии важное значение имеет профессиональный подход к разработке портрета клиента на развитие компаний», ознакомление с данной работой положительно повлияет на развитие критического мышления слушателей, которые планируют связать свою жизнь с предпринимательской деятельностью, также эти знания имеют прикладное применение для предпринимателей, которые создают свой бизнес, выходят на новые рынки или прописывают свою стратегию маркетинга с фокусом на рост продаж и улучшение качества продукта.

Рост компаний начинается с работы маркетологов, ведь продажи и лояльность клиентов напрямую зависят от стратегии маркетинга. Маркетинг – это функциональное подразделение предприятия, отвечающее за выявление неудовлетворенных запросов и потребителей, качественную и количественную оценку их объема и потенциальной прибыльности, определение наиболее подходящих для данного случая целевых рынков, разработку продуктов, услуг и программ, соответствующих этим рынкам, ориентацию всех работников на заботу о клиенте и служение его интересам [1].

Неотъемлемой частью маркетинга является анализ рынка, ведь разведка и подготовка определяет исход любой битвы. Так мы подходим к сути нашей статьи, первое, что необходимо определить при разработке маркетинговой стратегии - это **портрет клиента**, то есть характеристики потенциального клиента.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая стратегия, портрет клиента, аватар клиента, клиентоориентированность, целевая аудитория.

Введение

В период золотой лихорадки в США старатели не превращали руду в золото, а отделяли золото от руды. В этом сравнении лежит основная суть и цель выявления портрета клиента для любого бизнеса.

Портрет клиента - это подробное описание клиента, собранное по историческим данным продаж продукта или услуги компании или данных конкурентов с подобного рынка. Также существует возможность получить необходимые данные из маркетинговых исследований и анализа различных научных институтов.

К слову, портреты клиента используют не только с целью увеличения продаж, но и политики, когда разрабатывают свои предвыборные программы, существуют писатели, которые ориентируются под определенный тип читателя, даже артисты признают, что их творчество нацелено под конкретный контингент для увеличения охвата.

Давайте вкратце остановимся на каждом из них:

В политике вместо термина «портрет клиента» используется формулировка «объект избирательной кампании» или «портрет избирателя». Более точное определение портрета избирателя помогает разработать правильную стратегию предвыборной кампании, что увеличивает шанс победы на выборах.

Что касается писателей, то фокусируясь на портрете целевого клиента, учитывается больше факторов и потребностей читателя, что увеличит интерес в творческой работе и в писателе самом. Правильное определение целевого читателя, позволяет легче и быстрее донести информацию до слушателя, а иногда даже до его сердца.

Что касается творчества артистов, есть интересное психологическое исследование, результатом которых пользовались маркетологи в 2000-х годах. Суть данного исследования заключается в следующем: психологи определили эмоциональный фон жителей разных регионов. Для определения использовались списки самых популярных песен, после выявляли эмоции, которые испытывают слушатели. Соответственно, чтобы было эффективнее работать с потенциальным клиентом конкретного региона, в сценарии рекламных видео использовали эмоции, которые вызывают популярные песни данного региона.

Если говорить об удачных примерах работы с портретом клиента в Казахстане, то сейчас мы наблюдаем его рассвет, как и бизнеса в целом. Все благодаря менталитету казахского народа. Такое понятие, как «конакжайлы» (гостеприимный) у нас в крови. Можно смело утверждать, что у нас в генетике заложено определение портрета клиента и его потребностей. Сейчас благодаря таким качествам наиболее ярким примером можно назвать компанию «Kaspi».

Справочно:

Компания в отчете за четвертый квартал 2021 года указывает, что показатель ежемесячного количества активных пользователей приложения Kaspi.kz достиг 11,2 млн человек (рост на 23% к среднему уровню прошлого года), а показатель ежедневного количества активных пользователей достиг 7 млн человек (рост на 42% соответственно) [2].

Такие показатели характерны для компаний, которые стали лидерами в изучении портрета клиента и этот инструмент дает им быстро реагировать на любые потребности и боли [3].

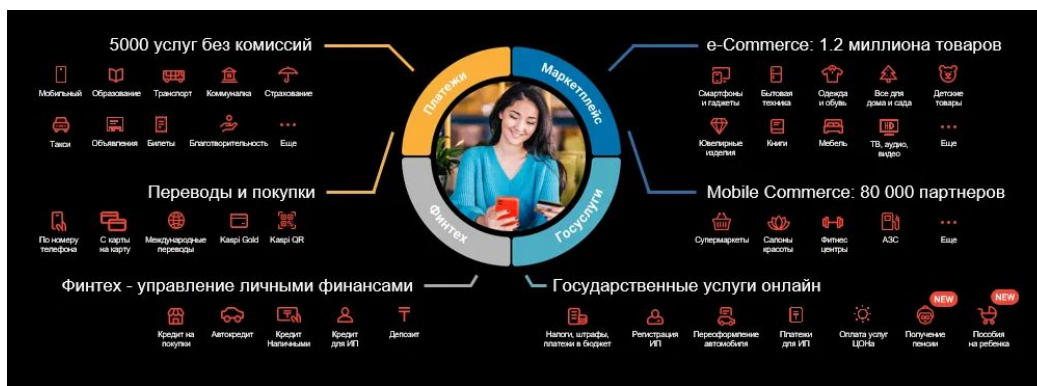


Рисунок 1 - портрет клиента

Благодаря этой стратегии kaspi.kz за пару лет увеличил количество безналичных транзакций в стране в 12 раз, в этом году впервые за историю современного Казахстана доля безналичных платежей составила более 50% [4].

У маркетинг-плейса Kaspi.kz свыше 80 тысяч юридических партнеров. Большинство - предприятия малого и среднего бизнеса, которым Kaspi.kz помогает продавать как в онлайн, так и в обычных магазинах [5].

Конечно же точные данные по развитию маркетинговой стратегии банка Каспий является коммерческой тайной, но результаты говорят сами за себя. Уровень работы с менталитетом страны продвинулся на столько, что более 52% всего населения страны не только выбрали, но уже не представляют обыденную жизнь без услуг банка Каспий.

Методология

Одной из наиболее точных методик разработки портрета клиента принадлежит Никифоровой О., которую разобрала на лекции от 21 апреля 2022 года она описала две крайне простых методики, которые наглядно описывают технологии описания профиля для B2C и B2B секторов [6].

Таблица 1

Портрет клиента

Сектор	Шаг 1	Шаг 2	Шаг 3	Шаг 4
B2C	Охарактеризуйте клиентов по формальным признакам	Найдите внутреннюю установку на покупку	Определите психологические мотивы на покупку	Выпишите возражения и страхи

B2B	Охарактеризуйте клиентов по формальным признакам	Перечислите мотивы покупки ЛПР, выделите главные мотивы	Определите, кто еще участвует в принятии решений?	Выпишите возражения, которые могут помешать сделке
------------	--	---	---	--

Однако стоит понимать, что каждая сфера индивидуальна и имеет свои подходы и свои показатели. Количество портретов клиента делиться в зависимости от разновидности товаров и услуг.

Портрет клиента позволяет:

- сфокусироваться на клиентах, которые приносят максимум прибыли;
- оптимизировать маркетинговый бюджет и экономить ресурсы компании;
- составить интересные целевой аудитории **уникальное торговое предложение**;
- качественно отработать возражения;
- развивать продукт в нужном направлении, следуя за потребностями клиентов;
- эффективно расширять продуктовую матрицу;
- увеличивать средний чек за счет перекрёстных продаж;
- выбирать эффективные каналы коммуникации с потенциальными клиентами;
- использовать мощные триггеры в рекламе и др [7]

Еще один инструмент работы с клиентами представлен в бестселлере среди бизнес литературы 2021 года «Отдел продаж по захвату рынка». Во главе «Изучение целевой аудитории» приведены 2 таблицы, которые поспособствуют улучшению работы с клиентами. Первая таблица для клиентов, которые приобрели услугу или товар [8].

Имя	Телефон	Откуда о нас узнали?	Сколько компаний сравнивали?	Как сравнивали? На что обращали внимание?	Почему выбрали именно нас?	Что стоит улучшить в работе?	Как вам наш продукт/ услуга?	Что нужно сделать, чтобы вы купили еще?	Будете ли нас рекомендовать?
Иван Иванович	8 (926) 123-45-67	да

Рисунок 2- Изучение целевой аудитории

Следующая таблица для клиентов, которые приобрели услугу или товар у конкурентов [8].

Имя	Телефон	Откуда о нас узнали?	Сколько компаний сравнивали?	Как сравнивали? На что обращали внимание?	Почему не купили у нас?	Почему купили у конкурентов? Что «закрыло» у них?	Что нужно сделать, чтобы в будущем выбрали нашу компанию?	Как вам качество работы отдела продаж? Что понравилось, а что нет?
Сергей Васильевич	8 (926) 123-45-67

Рисунок 3- клиенты, которые приобрели услугу или товар у конкурентов

Анализ и результат

Нужно понимать, что целевая аудитория у каждого вида товара и услуг бывает разная. Первое, что нужно определить – это в каком сегменте работает компания: **B2B** (businesstobusiness) или **B2C**(businesstoclient). От этого зависят и методы написания портрета клиента.

B2B (businesstobusiness)

Сектор **B2B** очень важен для быстрорастущих компаний, ведь если товар окажется полезен крупным компаниям, то по статистике 80% прибыли приносят именно сектор **B2B**, что, между прочим, и доказывает принцип Парето «80 на 20». Далее пошагово рассмотрим написание портрета клиента:

1. Необходимо составить список компаний, которые пользуются данным товаром или услугой;
2. Определить размеры компаний (оборот, кол-во сотрудников, суммы оплачиваемых налогов и прочее);
3. Изучить структуру компаний для определения ЛПР (лицо принимающее решение), ЛДПР (лицо действительно принимающее решение);
4. Определить объемы использования товара или услуги компании;
5. Узнать боли или потребности компаний;
6. Подготовить предложение и презентацию товара или услуги.
7. Сделать график встреч.

Ниже приведена идеальная таблица, которая позволяет не только систематизировать работу с новыми клиентами, но и дает возможность управлять этим процессом.

Таблица 2

Работа с клиентами B2B

Компания	ФИО представителя	Отв. сотрудник	Созвон назначить встречу	Встреча Определить ЛПР ЛДПР	Назначить встречу с ЛДПР	Встреча 1 выявление боли компании	Встреча 2 предложение вашей компании по решению боли	Обсуждение деталей сотрудничества	подписание договора
Sber Bank	Иванов И.И.	Паль А.Н.	+	+	+	+	+	+	
Microsoft	Петров К.Н.	Фить Н.У.	+	+	+	+			
Dell	Максимов К.Ш.	...	+	+	+	+			
...			+	+	+	+	+		
...									
...				+	+	+	+		

Таблица является рабочим инструментом al-Farabi business school, по работе с клиентами BtoB.

Основной инструмент для сбора информации – это налоговые отчетности, официальный сайт и личные встречи с представителями компаний.

BtoC (businesstoclient)

Сектор BtoC наиболее традиционный и энергозатратный, но самые успешные маркетологи смогли доказать, что при правильно выстроенной стратегии у данного сегмента большой потенциал.

Стоит отметить, что сегментацию можно делить на несколько этапов, но наиболее часто используются следующие:

Создание Портрета клиента;

1. Создание Аватара клиента.

Остановимся на каждом из них отдельно:

Создание портрета клиента требует описания основных качеств потенциального клиента: пол, возраст, семейный статус... Такие портреты не дают маркетологам полной картины, что приводит к неэффективному использованию бюджета на рекламу. Однако для сбора статистической информации по обзору рынка в разных базах данных этого достаточно. На пример, для определения объема рынка, географической разбросанности клиентов и других статистических данных для входа на новый рынок или запуска продукта.

Создание Аватара клиента требует большего творчества. По сути, маркетологам требуется создать несколько личностей, придумать им имена, увлечения, эмоциональное состояние, какие проблемы его беспокоят, о чем он мечтает.т.д. Такой подход может не только поспособствовать созданию эффективной маркетинговой стратегии, но встречаются случаи, когда после написания Аватара клиента, владельцы компании вносят улучшения в сервис услуги или в сам товар.

Последствия

Если подняться на несколько ступеней выше по воронке продаж и посмотреть глобально, то мы увидим, что все платформы, где скапливаются миллионные аудитории пользователей, на пример Instagram, кишат различными невостребованными предложениями (рекламой) и создают неудобства из-за неправильно прописанного портрета клиента, что приводит к ошибкам в настройке таргета. Социальные сети в наше время – это маленький мир, где люди ищут общения, поддержки, отдыхают и созидают. Экологичность таких пространств становится важной для людей в настоящее время.

Следующее – это конечно же экономические последствия неправильно выстроенной стратегии маркетинга. Грамотное отношение к финансам компании определяет ее дальнейшую судьбу. Существует такая фраза, как «слив бюджета на таргет», что означает неэффективное использование средств на рекламу из-за незнания своего клиента.

Также следует отметить истину успешных компаний: первые продажи – это заслуга маркетологов, а повторные продажи или возврат клиента – это правильно выстроенная работа всей компании. Повторные продажи возможны, только при выявлении точных характеристик ваших клиентов и их болей. А нам известно самый выгодный клиент – это клиент, на которого не было совершено маркетинговых и других дополнительных затрат.

Консалтинговые компании при выявлении «слива бюджета на маркетинг» рекомендуют обновить команду маркетологов, или отправить их на обучение. Что касается конкретной проблемы с неправильным портретом клиента, то выше мы уже перечислили различные вариации по его созданию: 1. Изучить исторические данные 2. Изучить клиентов конкурентов 3. Провести опрос 4. Пробовать различные гипотезы и исключать нерабочие.

Заключение, рекомендации, выводы

Когда речь заходит про развитие бизнеса, то второстепенных вопросов не бывает. Владельцы бизнеса с исключительным вниманием относятся к каждому этапу своего предприятия.

И когда вы видите стагнацию или отрицательные показатели в развитии своей компании, то в первую очередь рекомендуется обновить портрет клиента сопоставить с товаром или услугой этих показателей и конечно же собрать обратную связь ваших старых клиентов. Главным вашим консультантом является клиент и только он знает, что было хорошо, а что было плохо, в предоставленной услуге или проданном товаре.

Основные выводы, которые дает разбор портрета клиента:

1. Определение целевой аудитории

Один из главных аспектов, который компании должны учитывать при разработке стратегии продвижения, это целевая аудитория. Портрет клиента помогает определить, кто именно является целевой аудиторией компании. Это позволяет создавать продукты и услуги, которые будут наиболее привлекательны для этих клиентов, а также эффективно нацелить маркетинговые и рекламные кампании.

2. Создание более эффективной рекламы

Портрет клиента помогает компаниям создавать более эффективную рекламу. Когда у компании есть четкий портрет своего клиента, она может создавать рекламные объявления и контент, который будет более привлекательным для целевой аудитории. Также компании могут использовать информацию о потребностях и интересах своей целевой аудитории, чтобы создавать рекламные кампании, которые будут наиболее эффективными в привлечении новых клиентов.

3. Улучшение качества продуктов и услуг

Портрет клиента помогает компаниям лучше понимать потребности и интересы своих клиентов. На основе этих данных компании могут создавать продукты и услуги, которые лучше соответствуют потребностям и предпочтениям клиентов. Это позволяет компаниям улучшать качество своих продуктов и услуг, что в свою очередь повышает уровень удовлетворенности клиентов.

4. Улучшение клиентского опыта

Портрет клиента также помогает компаниям улучшить клиентский опыт. Зная, кто их клиенты, какие потребности и интересы у них есть, компании могут предлагать персонализированные решения и сервисы. Это повышает уровень удовлетворенности клиентов, что в свою очередь ведет к увеличению лояльности клиентов и повышению вероятности повторных покупок.

5. Увеличение прибыли

Разработка портрета клиента может привести к увеличению прибыли компании. Улучшение качества продуктов и услуг, увеличение лояльности клиентов и повышение эффективности рекламных кампаний ведет к увеличению количества продаж и повышению среднего чека. В результате, компании могут увеличить свою прибыль.

6. Снижение издержек

Разработка портрета клиента также может привести к снижению издержек. Когда у компании есть четкий портрет своего клиента, она может нацелить свои маркетинговые и рекламные кампании на конкретную аудиторию, что позволяет снизить затраты на рекламу. Кроме того, улучшение качества продуктов и услуг, повышение лояльности клиентов и увеличение эффективности рекламных кампаний ведет к уменьшению количества возвратов и рекламаций, что также снижает издержки компании.

Главный вывод этой статьи заключается в следующем, изучение клиента является главным приоритетом любой компании, которая настроена на непрерывный рост. Чем лучше вы знаете своего клиента, тем лучше у вас получится создать для него продукт или предоставить услугу, ведь ваш начальник - это клиент, он может вас уволить став клиентом другой компании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый маркетолог//АлпинаПаблицер Москва 2022г.
2. 50 самых влиятельных бизнесменов Казахстана (октябрь 2022), Официальный сайт электронного журнала 2023 Forbes.com LLC™ // [Электронный ресурс]: оф. сайт. URL:<https://forbes.kz/ranking/object/1061>
3. Михаил Ломтадзе: «Kaspi.kz – сделано в Казахстане!», официальный ресурс Капитал центр деловой информации // [Электронный ресурс]: оф. сайт. URL:<https://kapital.kz/finance/100041/mikhail-lomtadze-kaspi-kz-sdelano-v-kazakhstane.html>
4. Кейс Kaspi.kz изучают студенты бизнес-школы Гарварда, Официальный сайт Nur.kz // [Электронный ресурс]: оф. сайт. URL:<https://www.nur.kz/politics/kazakhstan-economy/1833261-kejs-kaspikz-izucaut-studenty-biznes-skoly-garvarda/>
5. Михаил Ломтадзе: «Kaspi.kz – сделано в Казахстане!», официальный ресурс Капитал центр деловой информации // [Электронный ресурс]: оф. сайт. URL:<https://kapital.kz/finance/100041/mikhail-lomtadze-kaspi-kz-sdelano-v-kazakhstane.html>
6. Лекция Никифоровой О. на официальной платформе youtube.com, для образовательного канала «ПУНО» // [Электронный ресурс]: оф. сайт. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=iXJg-uYRau0>

7. Электронный ресурс «Roistat Blog», Словарь маркетолога// [Электронный ресурс]: оф. сайт. URL:<https://roistat.com/rublog/portret-klienta/>

8. Михаил С.Г. Отдел по захвату рынка// Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2018

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ПОСТПАНДЕМИЙНЫЙ ПЕРИОД

Бажаева Д.А., Османова К.Р.

Казахский национальный университетим. аль-Фараби

Высшая школа экономики и бизнеса

3 курс, специальность «Менеджмент»

Научный руководитель: Сокира Т.С. к.э.н., и.о. профессора

e-mail: t_sokira@mail.ru, ORCID ID 0000-0002-4825-1189.

Аннотация

Наступление любого кризиса всегда нацеливает общество на осмысление его причин, поиск инновационных решений, обновление и перестройку. Так кризис, вызванный Пандемией Covid-19 внезапно и резко поменял способы работы, жизни и отношений друг с другом на всех уровнях жизнедеятельности, во всех сферах, в том числе и в образовании. В данной статье сделан акцент на области высшего образования, рассматриваются некоторые барьеры и проблемы, с которыми сталкивались студенты в период пандемии. Показано, как высшие учебные заведения мира и в том числе Казахстана, претерпели радикальные преобразования, обусловленные необходимостью оцифровки образовательных и учебных процессов в рекордно короткие сроки. Как университетская система преодолевает кризис в пост пандемийный период, чтобы быть конкурентоспособной и обеспечивать качественное образование в рамках сценария нарастающей цифровой трансформации, применения прорывных технологических инноваций, а также новых методов и подходов в учебном процессе.

Введение

Разрушения, вызванные пандемией, беспрецедентны, и в результате экономические и социальные меры привели к массовым изменениям. Чтобы смягчить распространение вируса, правительства во всем мире ввели меры социального дистанцирования, блокировки и прекращение личных контактов. Таким образом, пандемия оказала огромное влияние на образовательную деятельность. В течение нескольких недель целые системы образования от начального до высшего образования должны были полностью трансформировать деятельность, чтобы перейти на онлайн формат обучения. По данным ЮНЕСКО, высшие учебные заведения были полностью закрыты в 185 странах в апреле 2020 года, что затронуло более 1 миллионов учащихся по всему миру [1].

Новая норма, созданная covid-нарушением, ускорила переход к онлайн-обучению и цифровизации во всемирной системе высшего образования. Поскольку университеты должны были серьезно переосмыслить и перепроектировать свои образовательные предложения, чтобы справиться с этой новой ситуацией, разрушительные последствия Covid-19 создали не только благодатные возможности для преобразования вузов, но и трудности и проблемы в этом процессе.

Представив пробелы, мы попытаемся заполнить их, изучив опыт обучавшихся в период пандемии и как она повлияла на восприятие системы высшего образования в изменившихся условиях на основании анализа результатов проведенного опроса студентов бакалавриата о трудностях с которыми они столкнулись в период пандемии Covid-19, повлиявших на качество их обучения.

Обсуждение проблем и результаты опроса студентов

Пандемия с огромной скоростью и серьезно поразила весь мир. Обучение в школах и университетах решением правительств пришлось перевести в дистанционный формат. Около 1 млрд учеников со всей планеты стали учиться используя Zoom, Microsoft Teams и другие платформы. В Казахстане вузы перешли на дистант, затем на гибридный формат обучения. Так, если в 2015 году курсы в онлайн проходили лишь 5% студентов, то в 2020 году – уже 49%.

Гибридный формат обучения к 2021 году получил распространение во многих странах мира. В результате по данным исследований, проведенных в 2020-2021 годах группой университетов России (ТГУ, НИУ ВШЭ, МГПУ, УРФУ и др.), на 70% опрошенных респондентов-преподавателей уже были уверены, что смешанное обучение станет нормой (до пандемии так думали 22%). Таким образом 48% преподавателей поменяли мнение о гибридном обучении. То же самое можно сказать и о полном переходе на онлайн-обучение. 25% студентов выразили готовность учиться полностью онлайн, а среди преподавателей отрицательно оценивающих дистант стало 37% (еще год назад – 47%) [2].

Между тем, в мире появились университеты, которые после пандемии перешли полностью на онлайн-формат. Например, онлайн-университет Minerva, который обошел по конкурсу университеты Лиги Плюща. В университете нет лекций, основным форматом является «перевернутый класс», когда студенты самостоятельно осваивают материал, а после – обсуждают его с преподавателями и делают проекты.

На сегодняшний день после отступления пандемии дистанционный формат равняется с аудиторной работой. В университетах активно начали развиваться цифровые платформы, которые включают в себя цифровые профили студентов, появились разные учебные сервисы и т.д. Такие платформы есть у каждого университета. Кто-то использует стандартные платформы управления учебным процессом, кто-то же изобретает и использует свои разработки.

Также наметилась такая тенденция в обучении, когда университеты фокусируют свое внимание на студентах и их потребностях. Все больше университетов дают студентам возможность самостоятельного строить образовательный маршрут. Студент становится не объектом, а субъектом образовательного процесса. Обучающийся устраивает свое обучение так, будто строит дом из необходимых ему блоков-предметов, моделируя свою программу. Хорошо это или плохо разберем в части, где мы рассмотрим плюсы и минусы данного обучения. Со сложившейся ситуации можно встретить много маленьких курсов по развитию универсальных компетенций. Студенты, независимо от своего направления, может проходить обучение на различных платформах, такие как coursera. Интересный пример о практике Колумбийского университета, где студенты самостоятельно выбирают не только дисциплины, которые они будут изучать, но и сами создают график посещения занятий, решают приходить в вуз или изучать дисциплину онлайн.

Возвращаясь к микрокурсам, можно заметить, что в вузах на данный момент все большую популярность приобретают форматы вроде массовых открытых онлайн-курсов. Эти курсы позволяют студентам освоить конкретный навык, научиться решать определенную рабочую задачу. Массачусетский университет первым ввел так называемую программу Micromaster's degree – это серия микромодулей и микрокурсов, которые ведут к формированию определенной компетенции и могут быть зачтены университетом как часть пройденного в будущей полномасштабной магистерской программе [3].

Из всего вышесказанного можно заметить, что несмотря на обстановку в мире Высшее образование всегда было и будет важным компонентом устойчивого развития любой страны [4].

Что можно сказать про Казахстан в последние годы наблюдается значительный рост в сфере высшего образования, однако пандемия COVID-19 оказала негативное влияние на систему образования в целом.

До наступления пандемии COVID-19, высшее образование в Казахстане было достаточно хорошо организовано. Правительство Казахстана в последние годы активно сотрудничало с зарубежными партнерами и активно вводило нововведения в программы для повышения качества образования в стране.

Но, пандемия COVID-19 привела к суровым изменениям в системе высшего образования в Казахстане. Были введены ограничения на перемещение и введение онлайн-образования, университеты и колледжи были вынуждены перейти на дистанционную форму обучения. Это привело к серьезным техническим и организационным проблемам, таким как недостаток необходимого оборудования и программного обеспечения, недостаток подготовки преподавателей и студентов к онлайн-обучению, а также недостаточный контроль над качеством обучения. Кроме того, пандемия привела к финансовым проблемам, которые затронули не только население, но и систему образования в целом. Из-за ухудшения финансовой ситуации правительство Казахстана вынуждено было сократить финансирование высшего образования, что отразилось на качестве обучения и на возможности получения высшего образования для студентов из малообеспеченных семей.

Но, не смотря на это, некоторые вузы Казахстана были готовы к вызову и смогли успешно адаптироваться к дистанционному обучению. Как было сказано ранее о микрокурсах, Казахстан также не отставал в распространении данной формы обучения. Студенты активно проходили обучение на платформах дополнительных онлайн-курсов. Данные о статистике высшего образования в Казахстане до и после пандемии пока не полностью доступны, так как некоторые университеты продолжают анализировать последствия пандемии на свою систему образования, включая и наш университет. Однако, некоторые опубликованные данные могут дать общую картину о наметившихся тенденциях в высшем образовании в Казахстане.

Согласно отчету Агентства Республики Казахстан по статистике, к 2019 году в Казахстане было 162 университета, 141 институт высшего образования, 67 колледжей и 25 академий. Кроме того, в 2019 году число студентов в высшем образовании составило около 620 тысяч человек.

Пандемия COVID-19 привела к серьезным изменениям в высшем образовании в Казахстане. Некоторые университеты перешли на дистанционное обучение, чтобы защитить своих студентов и персонал от распространения инфекции. Согласно данным Министерства образования и науки Республики Казахстан, более 90% университетов и колледжей в стране перешли на дистанционное обучение в период с марта по сентябрь 2020 года. Однако, после того, как ситуация с пандемией стала улучшаться, некоторые университеты в Казахстане начали возвращаться к традиционным методам обучения, хотя они все еще используют дистанционное обучение в некоторых случаях. Более конкретные данные об изменении статистики высшего образования в Казахстане после пандемии могут быть доступны только в более поздних отчетах, когда будут изучены последствия пандемии на образование в стране.

После пандемии правительство Казахстана больше уделяет внимания развитию инновационных технологий в образовании, таких как искусственный интеллект, блокчейн и другие технологии. В некоторых вузах Казахстана уже существуют проекты, связанные с использованием этих технологий для улучшения качества образования и сокращения времени, затрачиваемого на оценку и проверку работ студентов [4].

Озадаченные поиском решения проблемы улучшения качества обучения в вузах, мы провели исследование, позволившее нам получить информацию о мнении студентов в период пост-пандемии. В качестве респондентов выступили студенты Высшей школы экономики и бизнеса КазНУ. Ответы на первый вопрос «Как по вашему мнению пандемия повлияла на высшее образование?» представлены на рис. 1.

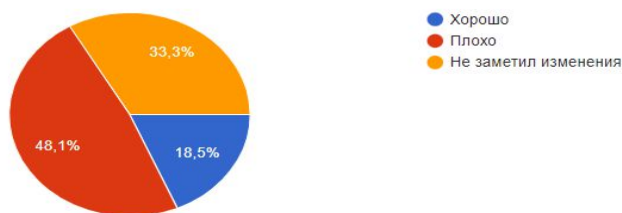


Рисунок 1 – Ответы респондентов на вопрос о влиянии пандемии на уровень высшего образования.

Ответы распределились следующим образом. Большая часть студентов, 48,1% дали отрицательный ответ о влиянии пандемии на высшее образование, 33,3% не заметили изменения, а 18,5% ответили, что пандемии наоборот положительно повлияла на высшее образование.

На вопрос: «Если ответили хорошо (плохо, не заметил изменения) то почему?» студенты уточнили свои ответы, предоставив следующую информацию:

Плохо: многие перестали учиться; плохо усваивали материал; студенты начали не учиться, списывать во время контроля; стали менее серьезно относиться к обучению; отучились правильно социализироваться, стали сильно зависеть от гаджетов; в связи со временным запретом на посещение образовательных учреждений, качество обучения упало. Сложившееся положение обусловлено также тем, что в течение всего дистанционного обучения не было жесткого контроля, большую часть материала нужно было осваивать самостоятельно.

Хорошо: у студентов появилась возможность выбирать в каком формате получать знания; получило развитие использование новых методов и форм обучения, возникли новые требования к преподавателям.

Не заметили изменения: Студенты считают, что все было так, как до пандемии: также читали лекции и проводили практические занятия, оценивали знания и человека, который и так заинтересован в получении профессии, мало что может стать препятствием. На вопрос «В какое время по вашему мнению была успеваемость лучше?» – ответы даны на рисунке 2.

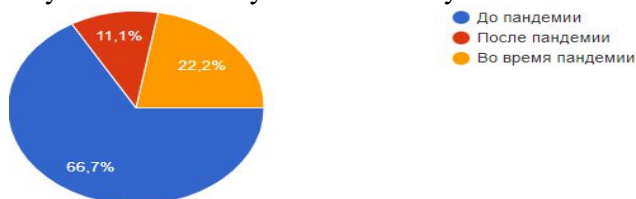


Рисунок 2 – Ответы на вопрос об успеваемости до пандемии, в пандемию и после пандемии.

Здесь при ответе 66,7% студентов факультета считаю, что до пандемии успеваемость была лучше, 11,1%-после пандемии и во время пандемии 22,2%.

Ответы респондентов на вопрос «С какими трудностями вы сталкивались во время пандемии?», продемонстрированы на рисунке 3.



Рисунок 3 – Трудности во время обучения в пандемию.

Как и во всем мире у 81,5%, а это большинство студентов факультета, были проблемы с интернетом. В результате услуга не была доставлена или доставлена в плохом качестве.

11,1% респондентов не знали офис Майкрософт, и 7,4% - умели пользоваться платформами. Именно данная техническая проблема стала главной причиной ухудшения успеваемости студентов.

Отношение к офлайн обучению можно отследить по ответам на вопрос: «Что для Вас означают лекционные залы?», анализ которых представлен на рисунке 4.

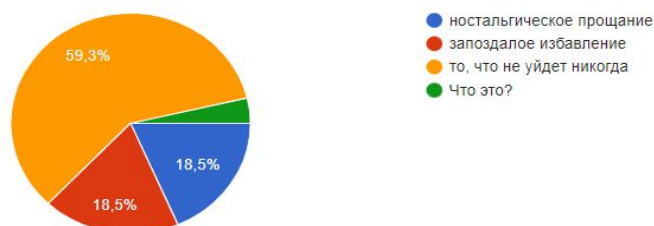


Рисунок 4–Значение лекционных залов для студентов факультета.

По мнению большинства студентов лекционные залы никогда не уйдут из практики обучения и работа в них актуальна на современном этапе. Поэтому респондентам был задан следующий вопрос (Рисунок 5), уточняющий отношение студентов к офлайн обучению.

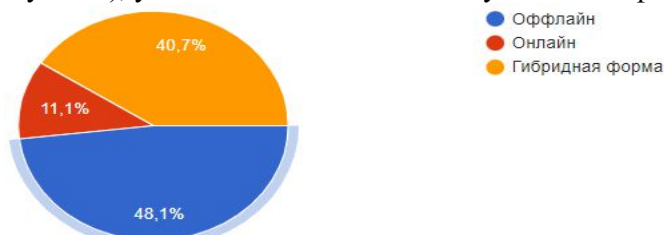


Рисунок 5– Предпочтительный формат обучения

48,1% студентов все же предпочитают офлайн обучение. Студенты, которые готовы учиться полностью онлайн составили 40,7%, и только 11,1% готовы учиться в гибридной форме.

После ответа на данный вопрос студенты объяснили свое предпочтение к форме обучения. Так некоторые из них отметили офлайн потому, что: информация усваивается офлайн лучше; из-за общения и студенческой жизни; ничего не будет отвлекать во время обучения в аудитории; при офлайн к обучению требования более высокие; живое общение – это нечто другое нежели онлайн; легче общаться с преподавателем, с одногруппниками и т. д.

Те, кто выбрали онлайн выдвинули следующие аргументы в защиту своего выбора: так удобнее; сдавать самостоятельные работы легче, так как можно подключить презентацию; не все кабинеты оснащены интерактивной доской и проектором; лекции онлайн намного удобнее воспринимать.

Студенты, отдавшие предпочтение гибридной форме отметили что: лекции лучше проходить онлайн, практические занятия и семинары офлайн; есть возможность пересмотреть лекции, повторить информацию при необходимости; когда была гибридная форма, было намного легче обучаться, так как в некоторые дни мы оставались дома и не тратили время на дорогу до университета.

Заключение

Таким образом, высшее образование в Казахстане продолжает развиваться и улучшаться, несмотря на вызовы, созданные пандемией. Правительство Казахстана делает усилия по модернизации системы высшего образования, а университеты в стране находят и применяют инновационные методы обучения, чтобы обеспечить высокое качество образования для всех студентов. Сегодня нельзя дать точного ответа плохо или хорошо повлияла пандемия на образование. В данном случае есть как положительные, так и отрицательные аспекты. Большинство опрошенных респондентов понимают, какое влияние

оказала пандемия на высшее образование. Студенты в основном согласны с тем, что до пандемии было намного лучше, но и есть часть тех студентов, которые видят и плюсы в этом. Самое главное, все же студенты смогли адаптироваться в кризисной ситуации и в этом немалая заслуга университета и его педагогического состава, сумевших в короткий срок произвести перестройку, изучить платформы, не сорвать, а продолжить процесс обучения.

Благодарность

Научные исследования выполнены в рамках реализации проекта по грантовому финансированию AP09260228 на тему: «Усиление государственного регулирования социальной сферы Республики Казахстан в постпандемийный период».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маринони, Г., Вантланд, Х., и Дженсен, Т. (2020). Влияние Covid-19 на высшее образование во всем мире. Отчет о глобальном исследовании IAU. Доступно в Интернет по адресу: https://www.iau-aiu.net/IMG/pdf/iau_covid19_and_he_survey_report_final_may_2020.pdf (Обращение 15.03.2023)
2. Тренды в высшем образовании: 7 ключевых направлений и изменений. Доступно в Интернете по адресу: <https://trends.rbc.ru/trends/education/641182e59a7947e7fce0cf0f> (Обращение 15.03.2023)
3. Черепанова Ю. Школа будущего: пять трендов, которые совершат революцию в высшем образовании. – Forbes.ru, 2020г. Доступно в Интернете по адресу: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoe-biznes/404527-shkola-budushchego-pyattrendov-kotorye-sovershat-revolyuciyu-v-vysshem> (Обращение 15.03.2023).
4. Fomenko-G.A.-Obrazovanie-dlya-ustoichivogo-razvitiya-v-postpandemiinom-mire_PCh_2021.pdf. // Это документ с сайта www.gapm.ru (Обращение 15.03.2023).
5. Как пандемия повлияла на образование. 10 марта 2022 г. Доступно в Интернете по адресу: <https://zachnik.ru/blog/kak-pandemija-povlijala-na-obrazovanie/> (Обращение 15.03.2023)

FEATURES OF PROJECT MANAGEMENT TECHNOLOGY: FROM TRADITIONAL TO AGILE

Shakhmetova A.

Al-Farabi Kazakh National University
Higher School of Economics and Business
Department of “Management”
“Project management” 1st course

Scientific supervisor: A.N. Turginbayeva
Doctor of Economics, Associate Professor

Abstract

The article discusses classical and flexible management approaches in the field of project management, as well as the reasons for the popularity of flexible methodologies based on Agile principles in modern realities, justifies the need for hybrid project management, which is a combination of flexible and traditional approaches.

The purpose of this study is to contribute to the development of knowledge in the field of project management through the use of traditional, flexible and hybrid methodologies.

Key words: project management, project approaches, traditional methods, flexible methods, Agile methodology, hybrid project management.

Introduction

Project management is a special type of management activity, the use of which is possible not only in project-oriented companies, but also in various fields of activity to solve problems in conditions of limited resources, a high level of uncertainty and risk. The project approach began to be applied only from the 50-60s of the XX century. This is confirmed by the results of the practical use of project management in a wide variety of areas of modern management.

Project management implies that the successful implementation of any project depends on which management methods are used in each particular case and how correctly they are applied. Currently, flexible methods and methodologies focused on project management of systems, which are characterized by synergetic effects of different modalities, nonlinearity and uncertainty of development, are becoming more and more in demand. According to the latest recommendations of the Project Management Institute, a modern project manager should apply both classical project management methods and newer flexible approaches, choosing and combining both depending on the specifics of the project and the organization.

Methodology

In this study, a comparative analysis of traditional, flexible and hybrid methodologies of project management were carried out using the Scopus database to analyze whether there is an interdependence between the above approaches to use practices in a flexible project management methodology, using each other's strengths, which can lead to an increase in the chances of project management success.

Literature review

For a long time, organizations have been using traditional management methods. The traditional method of project management is based on step-by-step planning of the progress of work. This approach to management is based on the so-called “waterfall” or cascade cycle, in which the task is transmitted sequentially in stages resembling a stream. At the same time, the traditional management model assumes the sequential passage of the following stages of project implementation: initiation, planning, development, implementation and testing, monitoring and completion of the project [1]. The classical approach to project management is most effective in cases when there is a certain algorithm for achieving the goal and all intermediate stages can be performed in strict sequence(fig. 1).

The classical approach allows to determine the final goal and the desired result at the earliest stage, which stabilizes all work on the project. In addition, there is no place for indefinite deadlines and unforeseen subtasks, which also contributes to clarity and coherence of work. Another obvious advantage of classical project management is the ease of monitoring the process, the ability to track the performance of each team member.

However, the main disadvantage of the classical method is its rigor, lack of flexibility. If the intermediate tasks have undergone changes, then you will have to redo the implementation plan of the entire project.

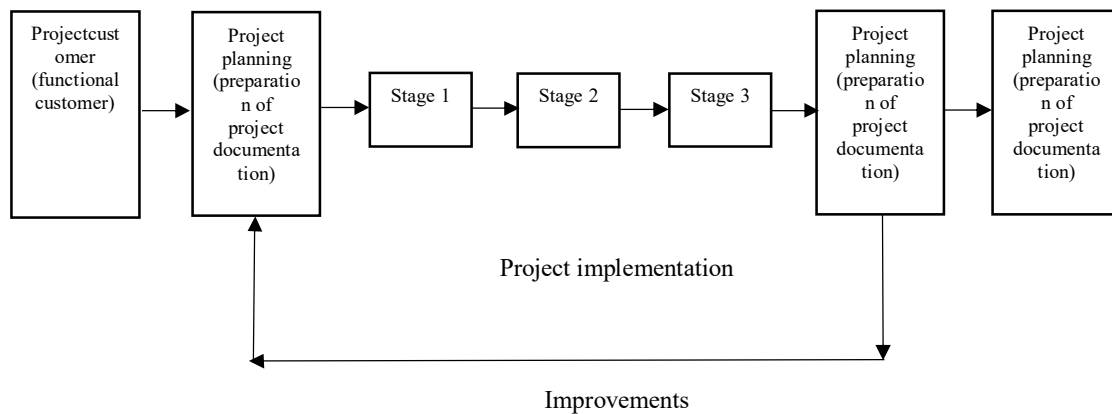


Figure 1- Project activity process. [1]

The term “project management approach” is “the highest-level abstractions used in describing how the project will be developed”, while the project management methodology is more detailed and provides specific recommendations on how to manage the project [2]. The practice of innovative design in the field of high technologies shows that the traditional form of project

management slows down the development of the project, often making it impossible to implement it due to the difficulties of obtaining the information necessary for the implementation of the project, lack of experience in implementing such projects, lack of developed technologies, competitive advantages of foreign analogues.

These problems are solved by using flexible project management models, which scope is expanding recently. Agile methodology allows project managers to constantly receive feedback and improve the product after each iteration.

Flexible project management is widely used in many industries as a practical approach to project management practice. Due to the continuing dissatisfaction with the traditional approach based on heavy planning, various lightweight flexible methodologies have been introduced in recent years, including Scrum, Feature driven development (FDD), Extreme programming (XP), Dynamic system developing Method (DSDM) and others [3].

The conceptual approach to flexible management methods as self-organization management, considered through the prism of parametric strategic management, allows us to determine the necessary conditions for the successful implementation of these methods in modern organizations. Agile techniques, which are characterized by ongoing dynamism and variety, emerged as an alluring alternative to adapt development to the inevitable changes in the market [4]. When consumer needs are quickly emerging and changing, agile methodologies are appropriate [5]. As a result of their increased ability to fulfill client needs, superior quality, quicker time to delivery, and cheaper development costs, they are becoming more and more popular flexible product development and significant consumer interaction, these strategies aim to shorten the time to market and, indirectly, the cost of the product. Companies that flexibly use the gifts of modern management methods within the framework of an individual approach to create consumer value are able to win in the competitive struggle [6].

Agile is a well-established approach to project management development, which is becoming more well-known and widely used in the different industries. The improvement of agile development is becoming well-known. Among other project management models, the agile method is the most used development model due to its unique methods and features [7]. Agile methods include (i) Scrum: this is a well-known approach in agile software development. This allows you to develop the product in sprints and establishes the concept of daily meetings with the team to update the project. (ii) DSDM: this is a flexible project implementation process that works with rapid application development concepts and prioritizes user stories based on user feedback (iii) FDD: this is an iterative development process in agile development and (iv) XP: this is a flexible process because it requires development to an extreme level. It is used for small teams and small-sized projects to produce high-quality products.

Table 1

Comparison of Agile methods

Characteristics	XP	Scrum	FDD	DSDM
Methodology for development	Incremental Improvements are a type of modification.	Incremental Iteration	Iterative	Incremental
The time between iterations is required	One to six weeks	Two to four weeks	Two days to two weeks	Depending on the method belong to the family
Project team	Fewer than 20 individuals of team/s	All sizes (concept of scrums)	Many people are of multiple teams	All sizes are available based on the methodology of the family
Collaboration inside the team	Regular meetings of team members	Regular meetings of team members	Depends on documentation	Face to face Informal

The scope of the project	Small projects	Various types of projects	Projects that are more difficult to complete	Projects of all kinds Based on the methodology, could be a member of a family
Participation of Customers	Involvement of Customers	The responsibility to the Product Owner is performed by the Client	Customer-generated reports	Customers will benefit from incremental updates
Project Documentation	Minimum documentation	Less documentation	Documentation's significance	Simple basic documentation
Skills	Refactoring, User stories DD	Scrum master, for example plan	Diagrams of UML	Family's adaptive methodology

Source: [8]

Agile's unique features include customer satisfaction, change requests from the client simultaneously during project development, user stories prioritized by the client, iterative development. Agile techniques, which are characterized by ongoing dynamism and variety, emerged as an alluring alternative to adapt development to the inevitable changes in the market. When consumer needs are quickly emerging and changing, agile methodologies are appropriate. As a result of their increased ability to fulfill client needs, superior quality, quicker time to delivery, and cheaper development costs, they are becoming more and more popular [9]. Through flexible product development and significant consumer interaction, these strategies aim to shorten the time to market and, indirectly, the cost of the product.

To date, Agile methodology is used in companies engaged in the development of software products or devices based on high-tech developments. Experience shows that it is possible to apply Agile methodology more widely in various business areas where it is necessary to create an effectively functioning team to perform a local task of technical, technological, marketing and other areas within the existing management structure, or as part of the implementation of a complex project.

The use of Agile methodology will allow:

- To increase the efficiency of the use of human potential;
- To ensure high quality of work;
- To ensure that all customer requirements are taken into account and that they can be changed during the project implementation;
- To develop a competitive product or product.

All this will contribute to improving the competitiveness of the company, achieving optimal economic results, obtaining new orders for development, attracting investment.

The phenomenon of hybrid project management methodologies is a consequence of competition between traditional and flexible approaches was primarily focused on software and information technology (IT) projects. Given that there are both traditional project management methods and a variety of Agile methodologies, a flexible approach is best suited when there is high uncertainty, while a traditional approach is best suited when stakeholders' expectations of the project are clear, and lean management is best used to avoid types of waste on project sites.

Various combinations are possible.

1) Parallel use of traditional and flexible methods:

- Some business units always use traditional methods (e.g. consulting), others always use flexible methods (e.g. software development);
- Some projects use a traditional approach, while others use a flexible one;
- Some parts of the project are implemented in the traditional way, and others using flexible methods;
- High-level planning uses a traditional approach, detailed planning is flexible.

2) The inclusion of elements of flexible technologies in a traditional project:

- Closer coordination with users and more frequent implemented interim results;
- Regular meetings to discuss progress;
- Retrospectives after each status update meeting, and not just at the end;
- There is a fixed team for the entire development time.

3) Inclusion of elements of traditional technologies in the Agile project:

- Scrum masters act as project managers in the traditional sense;
- The backlog is created for each phase of the project, and not as technical requirements for the entire product;
- Project planning is synchronized with the duration of the sprint;
- Projects are planned using phases and milestones – at a higher level than sprints and in addition to them;
- There are status reports and milestones analysis for management and stakeholders.

A survey on hybrid project management conducted by TPG in April 2018 with 256 respondents showed that 41% performed high-level planning using traditional methods and used flexible methods for detailed planning [10].

Results

Thus, based on a comparison of traditional methods and flexible project management methods, the relevance of the latter is revealed today and an analysis is made of which method is most suitable for a certain situation:

- Traditional project management is best when projects can be planned in advance, and the requirements are relatively clear from the very beginning. Change requests can be handled if there is a good change management process in place to handle them. This method is also well suited for project environments that are subject to strict laws or are strictly regulated.

- Flexible project management is best suited in situations where many details are not yet clear at the beginning of the project. Here the details are developed step by step together with the customer in an iterative process as the project progresses.

- A hybrid approach is recommended in situations where the project is easily divided into subprojects that can be reliably planned.

Conclusion

In conclusion, the comparative analysis convincingly proves the relevance of applying the methodology of flexible project management based on Agile values and the effectiveness of classical project management with the right balance of project tasks and organizational capabilities. However, the use of traditional and flexible approaches simultaneously in different business units or their combination within a separate project proves the existence of many ways to apply hybrid methods.

REFERENCES

1. Agbejule, A., Lehtineva, L. (2022). The relationship between traditional project management, agile project management and teamwork quality on project success. *International Journal of Organizational Analysis*, 30 (7), 124-136.
2. Gemino, A., Horner Reich, B. &Serrador, P.M. (2021). Agile, Traditional, and Hybrid Approaches to Project Success: Is Hybrid a Poor Second Choice. *Project Management Journal*, 52(2), 161-175.
3. Zuzek, T., Kusar, J., Rihar, L., &Berlec, T. (2020). Agile-Concurrent hybrid: A framework for concurrent product development using Scrum. *Concurrent Engineering*, 28(4), 255-264.
4. Rodriuez, P., Yague, A., Alarcon, P.P. &Garbajosa, J. (2016). Some Findings Concerning Requirements in Agile Methodologies. *International Journal of Product Development* 21(2-3), 212-232.
5. Lindvall, M., Basili, V.R., Boehm, B.W., Costa, P., Dangle, K., Shull, F., Tesoriero, R., Williams, L.A., Zelkowitz, M.V. (2022). Empirical findings in agile methods, 24(18), 197-207.
6. Lalic, C.D., Lalic, B., Delić, M., Gracanin, D., Stefanovic, D. (2022). How project management approach impact project success? From traditional to agile. *International Journal of Managing Projects in Business*, 15 (3), 494-521.
7. Reiff, J., Schlegel, D. (2022). Hybrid project management – a systematic literature review. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 10 (2), 45-63.

8. Amjad, S., Ahmad, N., Saba, T., Anjum, A., Manzoor, U., Balubaid, M. A., & Malik, S. U. R. (2017). Calculating completeness of agile scope in scaled agile development. *IEEE Access*, 6, 5822-5847.
9. Vijayarathy, L.R., Turk, D. (2018). Agile software development: A survey of early adopters. *Journal of Information Technology Management*, 19(2).
10. Johann Strasser. Hybrid Project Management – Combining Agile and Traditional Methods. Expert blog on project management TPG The Project Group. <https://www.theprojectgroup.com/blog/en/hybrid-project-management>

THE ROLE OF HUMAN CAPITAL IN THE DEVELOPMENT OF TECHNOLOGICAL MODERNIZATION OF THE ECONOMY OF KAZAKHSTAN

Bodenbayev M.Zh.

al-Farabi business school

7M04106 - Business Administration, 1 course

Scientific adviser: Tazhieva S. K.

c.e.s., assistant professor

Introduction

In modern conditions of innovative development and modernization of the economy, we can say that in domestic and foreign science there has not been a unified concept of human capital management in the context of digitalization of socio-economic relations and changes in the forms and methods of interaction between labor market participants, and the variety of applied conceptual approaches and methodological provisions greatly complicates the formation and development of human resource management systems, taking into account the transformation of global, national and regional markets for economic goods and factors of production.

Keywords: human capital, economy, economic growth, competitiveness, education

Literature review

The key link in the development of any society, company and family is the value of the human factor, human resource, human capital. The current stage of world scientific, technical and socio-economic development is characterized by a radical change in the role and importance of the human factor in the economy and society. Human capital is becoming the most important factor in economic growth and determines the future of the country[1].

Human capital has its own, often autonomous impact on sustainable economic development. Human capital is a cognitive set of knowledge, skills and abilities that exceed the initial investment and current costs of a person, firstly, for himself, secondly, for the employer, and thirdly, for the whole society, and allowing to create other beneficial effects. Computer experience and knowledge of foreign languages, curiosity and exactingness, great social activity, diligent research work are the main components of human capital that affect labor productivity. [2].

The modern economy does not forgive delays and attempts to stop time; it requires the formation of a new conceptual system of vocational training and additional professional education that meets the current conditions of modern information and digital technologies. Digital and information technologies have a significant impact on the life of a modern person. What seemed like a fantasy yesterday is already a reality today [3].

The latest IT developments in education and other sectors of the economy are confidently gaining leading positions in the labor and education market, and are seriously challenging outdated business models. A modern specialist needs the development of abilities that ensure activity in complex multifactorial dynamic environments: natural, technogenic, social, informational, necessary to bring the national economy to the trajectory of accelerated growth in a rapidly changing world [4].

In the social policy of Kazakhstan, the key tasks are: the qualitative growth of human capital, employment, care for the health of citizens. First of all, the level of education of the population, skills and knowledge of people. Kazakhstan has an advantage - the literacy of the population. Speaking about the improvement of human capital, we should not forget about the population, which traditionally acts as the main investor in higher education. For Kazakhstan, improving human capital is of strategic importance [5].

As mentioned above, raising the level of education plays an important role in the development of human capital. International experience confirms that investments in human capital and, in particular, in education, from early childhood to adulthood, contribute to significant returns for the economy and society, and the country's economic growth.

The sphere of educational services is an area of professional activity to meet the various needs of consumers in higher professional education and obtain an appropriate document confirming its availability. At the UNESCO World Conference on Higher Education (1998), the quality of education is defined as the quality of the teaching staff, the quality of educational programs, the quality of students and their access to higher education, the quality of the infrastructure of the internal and external environment of educational institutions, the quality of management of the educational institution as a whole [6].

At the present stage, the best results in the world are achieved by those universities that use modern quality management systems. As experience has shown, this allows them to effectively manage resources, reduce administrative and managerial personnel, the costs of many activities, and ensure the quality of training of specialists. In this connection, no one doubts that the internal university quality system should be market-oriented, carry the potential for development, assume forecasting and taking into account the needs of all subjects of the educational process [7].

Research methodology

A number of methods have been used to conduct scientific research. In the work were used economic and statistical methods of research, comparison, dialectical method of cognition of the phenomenon from the general to the particular. The value of the work lies in the substantiation of the economic content of human experience, the analysis of basic indicators and human development indices in Kazakhstan, a comparative analysis of the effectiveness of human capital across countries, the role of universities in the development of human capital and science, the impact of human capital on the country's economic growth.

Results and discussion

Human capital in a broad definition is an intensive productive factor in the development of the economy, society and family, including the educated part of the labor force, their knowledge and experience, the tools of intellectual and managerial work, the environment that ensures its efficient and rational functioning as a productive development factor. Along with developed countries, the Republic of Kazakhstan pays close attention to the issues of effective functioning of the knowledge economy. The category of "human capital and its development" is increasingly placed on the agenda of strategically important sessions.

The main strategic goal is the formation of an economy based on scientific potential. To achieve this goal, a number of key tasks have been formulated: improving the quality of the education system, developing scientific potential through the motivation of the population, and structural transformation of human capital. In developed countries, the modern economy should be called the economy of effective human capital, which emphasizes the dominant role of human capital in the development of the economy and society as a productive factor.

The effectiveness of investments in human capital is the profitability or internal rate of return, which shows how many percent a person's income will increase with an increase in the duration of his education by one year. If incomes reflect productivity, then with an increase in the duration of education by one year, an increase in people's incomes.

During the years of independence, Kazakhstan has become one of the countries with a high potential for human development. According to a number of indicators of human capital

development - adult literacy, the average duration and quality of education, the development of free medical care - until recently, Kazakhstan was among the countries with a high level of them. In developed countries, the modern economy should be called the economy of effective human capital, which emphasizes the dominant role of human capital in the development of the economy and society as a productive factor.

The effectiveness of investments in human capital is the profitability or internal rate of return, which shows how many percent a person's income will increase with an increase in the duration of his education by one year. If incomes reflect productivity, then with an increase in the duration of education by one year, an increase in people's incomes.

During the years of independence, Kazakhstan has become one of the countries with a high potential for human development. According to a number of indicators of human capital development - adult literacy, the average duration and quality of education, the development of free medical care - until recently, Kazakhstan was among the countries with a high level of them.

To date, the world community consists of states that are at different phases of human development. The rating of 187 countries of the world according to the level of human development determined by international experts (according to the Human Development Report for 2011) made it possible to distinguish 4 approximately identical groups (Table 1). Countries are classified on the basis of HDI quartiles. A country is in the very high income group if its HDI is in the top quartile; in a high-income group if its HDI is between the 51st and 75th percentiles; in the middle income group if their HDI is between the 26th and 50th percentiles and in the low income group if their HDI is in the bottom quartile. Previous Human Development Reports have used mostly absolute rather than relative thresholds [8].

Table 1

Indices of human development in the countries of the world, 2019

№	Group	Number of countries in the group	HDI
1	Countries with very high levels of human development	47	0,889
2	Countries with high levels of human development	47	0,741
3	Countries with medium human development	47	0,630
4	Countries with low human development	46	0,456
	The whole world	187	0,682
Note - compiled by the author based on [9].			

Countries with high human development make the most of their populations. The achieved economic indicators provide well-being, access to resources, knowledge, which contributes to an increase in the standard of living and life expectancy of the peoples of these countries. Countries with a low HDI are characterized by economies with a “narrow” internal market, lagging behind in the development of productive forces, lack of own funds, lack of access to credit resources, passivity in the field of introducing promising innovations and modernizing the economy, which greatly limits human capabilities.

The World Average Index rose to 0.68 in 2010 from 0.57 in 1990, continuing its upward trend from 0.48 in 1970. This increase reflects a combined increase of almost ¼ in health and education indicators and a doubling of per capita income. Aggregate global measures are heavily influenced

by the most populous countries China and India. But even global numbers not weighted by population show similar progress.

Kazakhstan ranked first in Central Asia and in the Human Development Index. In 2012, this figure was 0.754 (69th). This is followed by Turkmenistan - 0.698 (102nd place) and Uzbekistan - 0.654 (114th place). Kyrgyzstan and Tajikistan ranked 125th in the HDI ranking and last in Central Asia and the CIS.

The incompleteness of socio-economic reforms, the lack of a consistent long-term socio-economic strategy and effective social policy led to the fact that the main indicators of human capital development from 1990 to 1995 deteriorated significantly. The further course of socio-economic reforms in the Republic of Kazakhstan largely depends on overcoming these negative trends and creating conditions for the successful development of human capital.

The main factors in the deterioration of the HDI in Kazakhstan during the transition period were: GDP per capita, total enrollment in education, life expectancy at birth. The decline in GDP per capita in the first place significantly affected the education of the population aged 6 to 24 years. The transition to market relations contributed to fundamental changes in all spheres of life of the population of Kazakhstan. The paid education system has limited the possibility of obtaining education in the low-income group of the population. The deterioration of the economic situation of the country had a negative impact on the standard of living of the population, which affected the life expectancy of the population.

In recent years, the growth of Kazakhstan's economy has made it possible to raise the standard of living of the country's population. This has had a significant impact on human development. To achieve a higher level of HDI for Kazakhstan, which has rich natural resources, it is necessary to make qualitative changes in the structure of the country's economy. This is the key to the economic growth of the country and the well-being of the population.

National human capital accounts for more than half of the national wealth of each of the developing countries and over 70-80% of the developed countries of the world; it has been and remains the main intensive factor in the development of the economy and society.

Human capital (HC), like any other capital - physical, natural, financial - has a value, is subject to renewal, modernization and development. The main indicators for measuring human capital are its cost and productivity (efficiency) as an intensive development factor. Human capital has all the properties and indicators of an intensive development factor.

Currently, there are not enough existing mechanisms for state support for financing educational services. The modern education system, the introduction of innovative forms and methods of teaching place ever higher demands on the personality and professional competence of teachers. Technological and economic leadership in the world is maintained by countries with innovative economies and a significant sector of the new economy. These are the USA, Japan, France and Canada, conducting intensive fundamental research in all major areas of science. The advanced countries of the world have created close to optimal conditions for the rapid and effective implementation of the ideas of scientists into specific innovative goods and products. A number of developed countries of the world adjoin them.

Conclusion

The main resource of management is not financial resources and other traditional resources, but the intellect of professors, teachers, young scientists with entrepreneurial talent and leadership qualities. It is in this way that the corporate culture of the university forms human capital, the development of which determines the knowledge economy.

Higher education plays an important role in providing professional training of competent and competitive specialists for all sectors of the economy of the republic, in integration with science and production.

REFERENCES

1. Dresvyannikov V. A., Loseva O. V. Human intellectual capital. Theory, methodology and practice of assessment / Monograph. - Moscow: RUSSIGNS, 2017. - 284 p.
2. Stanley B. G. Human Capital. -N. Y.: Inc., 1964. -102 p.

3. Bovenberg A. L. The Life-course perspective and social policies: An overview of the issues // CESifo Economic Studies. –2008.– Vol. 54.– № 4.
4. Khokonov A. A. On the issue of the importance of the human capital factor in the country's innovative development // MIR (Modernization. Innovations. Development). –2015. - No. 6. p. 76–80
5. Yusupov A. Kazakhstan ranks 50th in the ranking of countries according to the human development index [Electrondyk resource]. – 2019. – URL: <https://www.aa.com.tr/>
6. Korchagin Yu.A. Investitsionnaya strategiya. - Rostov-na-Donu: Feniks, Korchagin Yu.A., Malichenko I.P. In-vestitsii. Teoriya i praktika. - Rostov-na-Donu: Feniks, 2008.
7. Mamyrova and F. Akchuri. Human Development in Kazakhstan: Textbook / Ed. Red. N.K. - Almaty: Economics, 2003. - 14 p.
8. Human Development Report 2010. The Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development / Per. from English; UNDP. - M., Publishing house "Ves Mir", 2010. - 244 p.
9. Human Development Report 2011. Sustainability and Equity: A BetterFutureforAll.- UnitedNationsDevelopmentProgramme(UNDP),2011.–185 p.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЖАСТАР ЕҢБЕК НАРЫҒЫНЫҢ АҒЫМДАҒЫ ЖАҒДАЙЫ

Исах Ә.Қ.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
Экономика және бизнес жоғары мектебі,
Мемлекеттік және жергілікті басқару мамандығы,
1- курс магистранты

Ғылыми жетекші: Аширбекова Л.Ж.,
э.ғ.к., доцент м.а.

Кіріспе

Қазіргі жаһандық экономикалық және технологиялық үрдістерге байланысты әлеуметтік-экономикалық қатынастардың өзгеруі еңбек нарығының дамуына және еңбек қатынастарына қатысушыларға, соның ішінде жастарға әсер ететін процестерге сөзсіз әсер етеді. Жастар қоғамның әлеуметтік құрылымындағы ерекше топ ретінде ұрпақ алмасудың маңызды факторы, еліміздің материалдық және интеллектуалдық әлеуетін молайтудың, оның бәсекеге қабілеттілігі мен тұрақты дамуын қамтамасыз етудің негізгі стратегиялық ресурсы болып табылады.

Жастар тұрақты әлеуметтік-экономикалық дамуды қамтамасыз етуде маңызды рөл атқара отырып, экономикалық өсуге елеулі үлес қосуға мүмкіндігі бар қоғамның ең маңызды ресурсы ретінде қарастырылады. БҰҰ Бас Ассамблеясы әзірлеген Тұрақты даму мақсаттарына (ТДМ) қол жеткізу саяси, әлеуметтік-экономикалық және еңбек қатынастарын дамытуға жастарды белсенді және жан-жақты тартуды көздейді. Жаңа жаһандық тұрақты даму күн тәртібіне жастардың қатысуы өте маңызды, өйткені 169 мақсаттың 65-і тікелей немесе жанама түрде жастарға қатысты, оның 20-сы тікелей жастарға бағытталған, алты негізгі SDG бойынша таралады. Атап айтқанда, SDG 8 – «тұрақты, инклюзивті және тұрақты экономикалық өсуге, толық және өнімді жұмыспен қамтуға және барлығына лайықты еңбекке жәрдемдесу» мақсатына жету үшін «2030 жылға қарай барлық әйелдерді толық және өнімді жұмыспен қамтуды және лайықты еңбекті қамтамасыз ету және ерлер, соның ішінде жастар мен мүгедектер және бірдей құнды еңбек үшін тең ақы төлеуге қол жеткізу қажет»[1]. Қазақстандағы жастарды жұмыспен қамту және жұмыссыздық ауқымы үкіметтің де, бизнестің де, жалпы қоғамның да белсенді назарын аударады. Қазақстандық жастар экономикалық белсенді халықтың төрттен бір бөлігін құрайды, сонымен бірге еңбек нарығында бәсекеге қабілеттілігі төмен. Осы зерттеудің мақсаты – Қазақстандағы жастардың еңбек нарығының ағымдағы жағдайын және оның негізгі көрсеткіштерін талдау.

Әдебиеттерге шолу

Еңбек нарығы тақырыбы көптеген қазақстандық және шетелдік ғалымдардың зерттеу нысаны болды. Экономикалық теорияның классикалық мектептерінің өкілдері жұмыспен қамтуды, жұмыссыздықты, еңбек нарығындағы субъектілердің мінез-құлқын және әртүрлі позициялардан қарастырды:

- классикалық және неоклассикалық мектептердің өкілдері – А.Смит, Д.Рикардо, Т.Мальтус, А.Маршалл, А.Пигу, Ф.Эджуорт, У.Джевонс және т.б., сонымен қатар К.Маркс пен Ф.Энгельс – жұмыспен қамту және еңбек нарығындағы тепе-теңдік мәселелері, жұмыссыздықтың себептері мен факторлары, жұмыспен қамтуды реттеу құралдары зерттелді.

- мемлекеттің жұмыспен қамтуды реттеудегі рөлін Дж.М.Кейнс және посткейнсиандық және неокейнсиандық көзқарас мектептерінің өкілдері – А.Линдбек, Х.Нейссер, Дж.Тейлор, С.Фишер және т.б.

- монетаризм позициясынан - М.Фридман, Ф.Хайек, Т.Сарджент және т.б.

- институционалдық мектеп шеңберінде еңбек нарығын зерттеуді Т.Веблен, Дж.Гэлбрейт, Дж.Коммонс, У.Митчелл, Д.Норт жүргізді.

Жұмыстары еңбек нарығының жұмыс істеуіне арналған ресейлік авторлардың арасында Н.А. Волгина, Ю.П. Кокина, Л.А. Костина, Р.И. Капелюшникова, А.И. Рофе, Н.Н. Гриценко, А.Е. Котляра, Ю.Г. Одегова, С.В. Дудникова, Б.Г. және т.б. бар.

Жастардың еңбек нарығының мәселелерін Ю.А. Зубок, Г.Г. Силласт, Т.Л. Клячко, Н.Г. Вишневская, М.К. Горшков, В.И. Чупров, О.А. Волков зерттеді.

Жастар жұмыссыздығы мәселесін Қазақстандық авторлардан Әлімбетова Ф., Барлыбаев Б., Жусанғалиева Б., Испаев Н., Қалетаев Д., Сәрсенбаев А., Телебаев Г., Туркаев А., Түлепова Д., Шайкенова А. және т.б. еңбектерінде қарастырған.

Зерттеу әдістемесі

Бұл жұмыстың әдістемесі статистикалық-экономикалық және салыстырмалы әдістерді қамтиды. Статистикалық-экономикалық әдістер белгілі бір экономикалық процестердің даму динамикасын кешенді талдауда қолданылатын әдістер мен әдістердің жиынтығы болғандықтан, бұл мақалада қарастырылған әдісті пайдалана отырып, Қазақстандағы жастар еңбек нарығындағы көрсеткіштері топтастырылды, статистикалық ақпарат әзірленді. Жастардың еңбек нарығының жай-күйіне талдау жасалды, сондай-ақ диаграммалар арқылы талдау нәтижелеріне баға берілді.

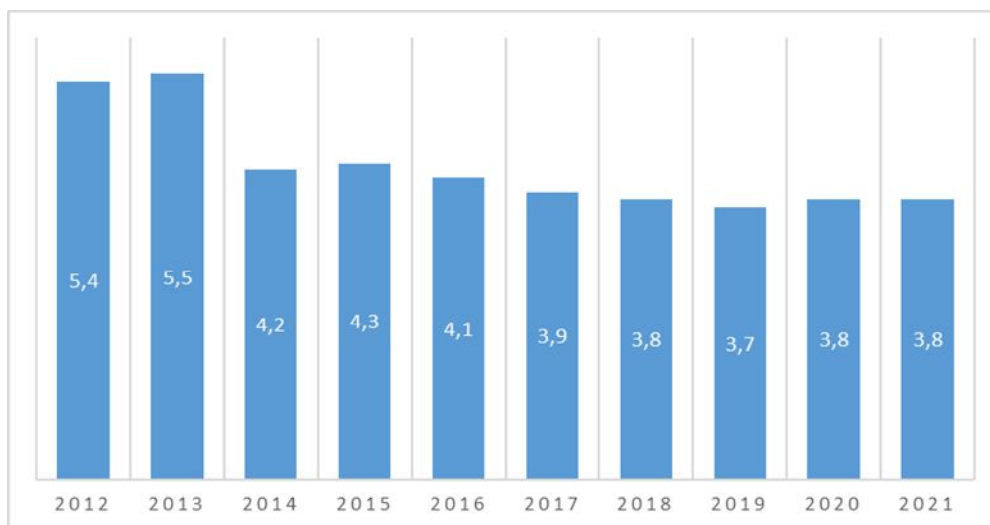
Зерттеудің ақпараттық базасын ресми статистиканың материалдары құрады.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Елімізде әлеуметтік-демографиялық ілгерілеу мен бәсекелестік ортаны қалыптастыруда жастар маңызды орын алады. Сондықтан жастар еңбек нарығын үнемі зерттеп, бақылауда ұстаудың ел дамуы үшін маңызы зор.

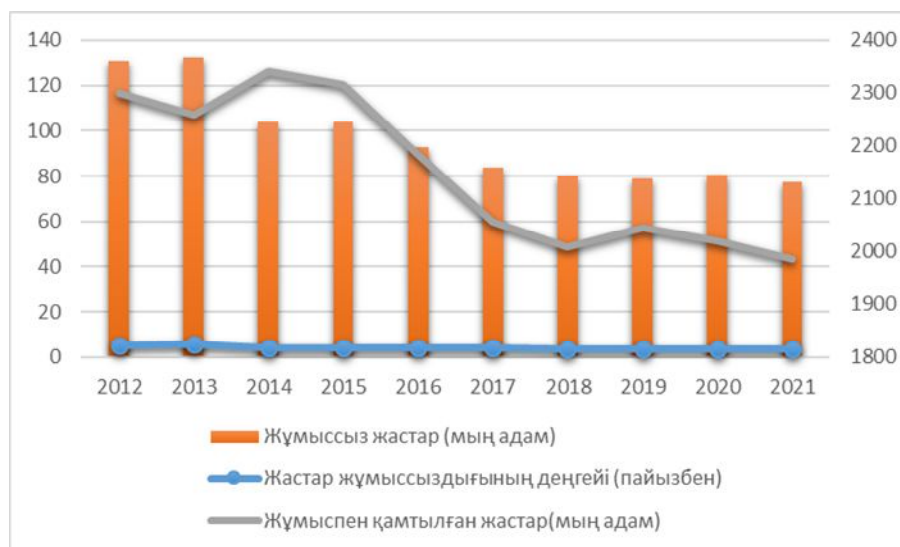
2021 жылдың басында 15-28 жас аралығындағы жастардың үлесі республика халқының жалпы санының 20,2 пайызын немесе 3 760 154 адамды құрады. Сонымен қатар, тәуелсіздік жылдарында көші-қон есебінен жастар санының азаюы және туу көрсеткішінің төмендеуі тенденциясы байқалады. Бұл жастардың жартысынан астамы – 56,4 пайызы – қалаларда, қалған 43,6 пайызы – ауылдық жерлерде тұрады. Өңірлер бойынша жастардың ең көп саны Түркістан облысында тұрады: жалпы санның 22,6 пайызы. Маңғыстау облысында – 20,7%, Атырау облысында – 20,3% және Алматы қаласында – 20,7%, ал ең аз жастар Ақтөбе облысында – 16,6% (Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті)

1-суретте көрсетілгендей, Қазақстандағы жастар арасындағы жұмыссыздық деңгейі 2021 жылдың басында 3,8%-ды құрады. Бірқатар жылдар бойы жастар арасындағы жұмыссыздық деңгейі 2019 жылға дейін төмендеп келеді, бұл осы саладағы мемлекеттік саясаттың оң әсерімен түсіндіріледі. Дегенмен, жастар арасындағы жұмыссыздық 2020 жылы 0,1%-ға өсті, бұл 2020 жылғы пандемиядан ең көп зардап шеккен жастардың қызмет көрсету саласында жұмыс істейтіндігімен байланысты.



1-сурет- Қазақстан Республикасындағы Жастар жұмыссыздығының деңгейі (2012-2021 жж..) [3]
(Ескерту. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы мәліметтері бойынша автормен құрастырылған)

1-суретке сәйкес 2012-2021 жылдары 15 пен 28 жас аралығындағы жұмыспен қамтылғандар саны 1,36%-ға (2298,9 мыңнан 1985,8 мың адамға) азайды. Бұл ретте өзін-өзі жұмыспен қамтығандар саны 6,5%-ға өсті. Өзін-өзі жұмыспен қамтыған жастардың басым бөлігі ақпараттық технологиялар, сауда, қоғамдық тамақтану және қызмет көрсету салаларында жұмыс істейді. Дегенмен, болашақта инновациялық цифрлық технологияларды дамытуға байланысты мамандықтар сұранысқа ие болады, бұл тиісті біліктілік пен тәжірибенің болуын, сондай-ақ ақпараттық технологияларды білуді және оларды тәжірибеде қолдануды қажет етеді.



2-сурет-Қазақстан Республикасындағы жастардың еңбек нарығының негізгі көрсеткіштері (15-28 жас) (2012-2021 жж..) [3]
(Ескерту. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы мәліметтері бойынша автормен құрастырылған)

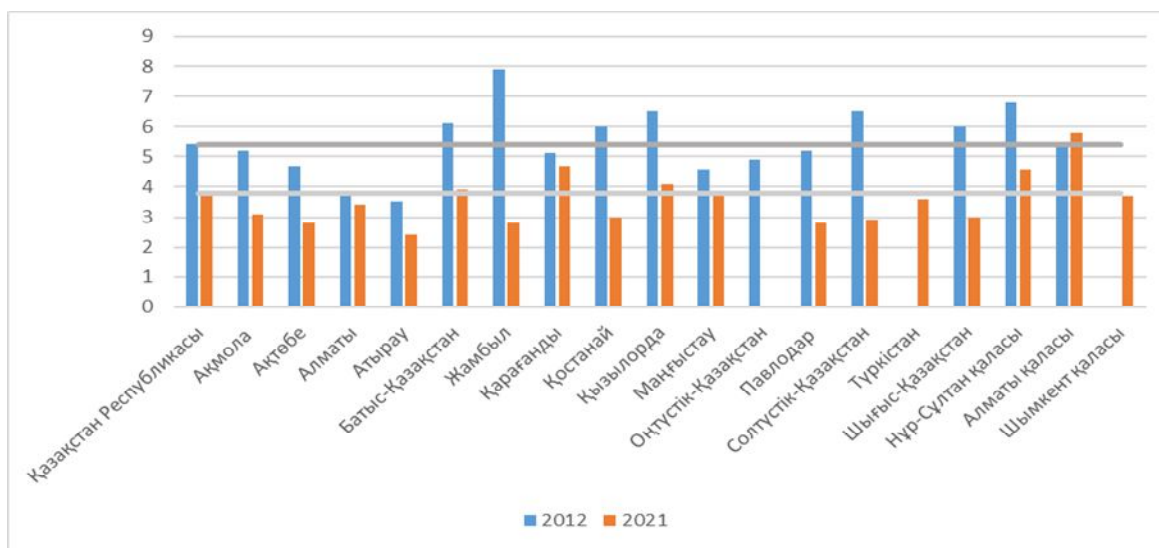
Жастар арасындағы жұмыссыздық деңгейі аймақтар бойынша айтарлықтай ерекшеленеді (2-сурет). Ең жоғары деңгей Алматы және Нұр-Сұлтан қалаларында,

Қарағанды және Түркістан облыстарында, ал ең төменгісі Атырау, Жамбыл, Ақтөбе және Павлодар облыстарында байқалады.

Алматыдағы жұмыссыздық деңгейінің жоғары болуының басты себебі – ЖОО түлектерінің көптеп шоғырлануы – студенттердің үштен екісі оқуды аяқтағаннан кейін қалада қалады, ал кеткендердің үштен бірі бір жыл ішінде қайтып келеді. Бұл еңбек нарығына үлкен салмақ түсіретіні анық. Түркістан облысында жұмыссыздық деңгейінің жоғары болуы халықтың тығыздығы мен өндеуші кәсіпорындардың салыстырмалы түрде аздығына байланысты.

2012 жылдың статистикасы бойынша жастар жұмыссыздығы деңгейі бойынша жалпыреспубликалық деңгейден 7 аймақ жоғары көрсеткіш көрсетсе, 2021 жылы бұл сан 5-ке қысқарған.

Аймақтар бойынша 2012-2021 аралығын салыстырмалы талдасақ тек Алматы қаласында ғана 10 жыл бұрынғы көрсеткіштен жоғары деңгей көрсетті.



3-сурет- Қазақстан Республикасы өңірлері бойынша еңбек нарығындағы жастардың негізгі индикаторлары (15-28 жас) (2012ж., 2021 ж.) [3]

(Ескерту. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы мәліметтері бойынша автормен құрастырылған)

Қазақстандағы еңбек нарығына аймақаралық айырмашылықтар әсер етеді. Жұмыс күшіне сұраныс пен ұсынысқа әсер ететін факторлардың қатарына әртүрлі аймақтардың салалық ерекшеліктері, олардың экономикалық дамуы, халықтың тығыздығы, көші-қон процестері, кәсіптік дайындық деңгейі, кәсіпорындардың қызметі, мемлекеттік сектордың қызметі жатады. Бір қызығы, жастар арасындағы жұмыссыздық деңгейі қалаларда жоғары. Себебі, ауыл жастары жұмыс іздеп қала орталықтарына қоныс аударады. Дегенмен, қажетті біліктілігі жоқ ауыл жастары үшін еңбек нарығында жұмыс орындарына бәсекеге түсу жиі қиынға соғады. Олардың кейбіреулері экономиканың жеке секторында уақытша жұмыс тапса, енді біреулері жай ғана жұмыссыздар қатарына қосылуда [7].

Қорытынды

Қорытындылай келе, Қазақстандағы жастар жұмыссыздық деңгейі төмендеуде, дегенмен аймақтар аласыда әлі де үлкен айырмашылық бар. Сондықтан үлкен қалалардағы жастар жұмыссыздығы мәселелері баса назар аударуды қажет етеді. Жалпы алғанда, Қазақстандағы жастардың еңбек нарығы перспективалы және серпінді, бірақ жұмыспен қамту және кіріс деңгейі жоғары жастар үшін шешуді қажет ететін мәселелер бар.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Sustainable Development Goals Knowledge Platform, (2018). Retrieved from Sustainable Development Goal 8// URL:<https://sustainabledevelopment.un.org/sdg8>. Дата обращения: 12.04.2021 г.
2. World youth report. New York: United Nations, 2020. P.5.
3. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы
4. Информация о реализации Государственной программы развития продуктивной Занятости и массового предпринимательства на 2017 - 2021 годы «Еңбек»

CROSS-BORDER E-COMMERCE EMPOWERS ENTERPRISES TO INTERNATIONALIZE

Jiang D.

KazNU, Management, Master's second year student

Scientific adviser: A.K. Kantarbayeva,
Intl Professor, Dr. Sc. (Econ)

Cross-border e-commerce development provides new opportunities for SMEs to internationalize

(1) Cross-border e-commerce platform provides new impetus for SMEs to internationalize

Traditionally, it was once believed that large companies competed in the international market, and small enterprises mostly stayed in their own localities or regions. However, the deepening international division of labor and increasingly fierce global competition are driving more and more SMEs to grow by innovating products and services and entering new or larger markets, so internationalization has become an important opportunity for SMEs to achieve survival and growth.

Traditional motivations for SMEs to internationalize include specific overseas experience or educational background of the founder or top management, enhancing the international reputation of the company, developing and utilizing the existing knowledge of the company, and exploring and acquiring new knowledge. Governments in emerging market countries generally facilitate the internationalization of SMEs through three models: institutional support, policy promotion and incentive optimization. Compared with large multinational corporations, SMEs are more vulnerable to external environmental factors in their operations due to their smaller size and limited resources, and must strive to compensate for the lack of key resources and the disadvantage of being a latecomer in the global market.

The rapid development of cross-border e-commerce in recent years has played an increasingly important role in lowering the threshold for SMEs to enter international markets. In an environment where major uncertainty shocks, such as the new crown epidemic and the restructuring of the international economic and trade governance system, are frequent, cross-border e-commerce can also provide a greater buffer for internationalized SMEs. In June 2022, the Ali Research Institute released "Challenges, Responses and Transformation of Global SMEs in the Post-Epidemic Era", which showed that the probability of survival for SMEs was 7% higher in regions with the highest e-commerce penetration during the epidemic compared to those with the lowest. [1]The rapid development of cross-border e-commerce has given rise to a number of new trade formats that have flourished and become a dark horse in the epidemic.

(2) Cross-border e-commerce provides new ways for SMEs to internationalize

Traditional internationalization theory suggests that local firms generally try to expand internationally after they have reached a robust scale in the domestic market (i.e., their products have a competitive advantage in the local market) and have acquired key technologies, financial resources, or management skills. However, to enter international markets where formal rules such as laws, politics and economics and informal social norms such as culture and customs differ

significantly from those of the home country, SMEs need access to key resources such as local knowledge, business networks and international talent to overcome the impact of relatively high transaction costs. As a general rule, spatial "proximity" is therefore positively associated with successful internationalization, while exporting is a common way for SMEs to enter foreign markets because of its relatively low risk.

A growing number of these SMEs do not strictly follow the traditional process of internationalization. With the rapid development of the digital economy, the Internet and digital technology can connect product producers, service providers, traders and remote consumers, and it will become possible for SMEs that master digital technology and participate in cross-border platforms to instantly connect to markets around the world at low cost. Under such conditions, relying on cross-border e-commerce has become a new way for more and more SMEs to internationalize.

(3) Cross-border e-commerce provides new resources for SMEs' internationalization

Practice shows that because of their small scale, SMEs can hardly obtain higher productivity through economies of scale, resulting in limited competitiveness in international markets. At the same time, SMEs can hardly bear the costs and risks associated with internationalization and are more vulnerable to the uncertainties in the international competitive environment. For SMEs in emerging economies, their internationalization process requires additional challenges. Not only do these SMEs have more limited resources, but they also lack the advantages that come with a fully competitive internal market. As a result, such SMEs often need to define an internationalization strategy and do more with fewer resources. Cross-border e-commerce and its digital network provide important new resources for SMEs to internationalize. First, it provides a new field for SMEs to gather key resources for internationalization faster and more efficiently. These important changes have led to a wider reorganization and aggregation of resources due to the extremely fast dissemination of information in the Internet era, the high degree of connectivity at all levels of the economy and society, and the further reduction of transaction costs and resource allocation costs. Second, it provides a new interactive platform for promoting innovation in SMEs. By expanding rather than limiting the scope of trading partners, platform enterprises such as cross-border e-commerce can enhance the network connectivity among participating enterprises and significantly improve knowledge spillover and open innovation among various types of enterprises.

Table 1

Development stages and characteristics of cross-border e-commerce platforms from 1988 to 2020

Time	Stage	Features	Example of representative platform
Since 1988	Informatization, networking and digitalization of international trade management	Electronic computer, EDI, Internet and other technologies are applied to international trade business supervision services	H883(H2018); China E-port; Single window of international trade
Since 1999	International trade information service	Provide information services to overseas purchasers through the Internet	Alibaba International Station; Global Sources
Since 2004	International e-commerce B2B small transaction service	Relying on the Internet to realize digital services for small orders, payment, logistics and other links for overseas buyers	Dunhuang website; ECVV
Since 2006	International trade network marketing service	Provide international trade online marketing services with the help of international search engines, social networking sites and other network	Google; Facebook; YouTube; TikTok

		platforms	
Since 2007	International e-commerce B2C transaction service	Relying on the e-commerce platform, small and medium-sized trading enterprises directly provide online services in order, payment, logistics and other links to overseas end consumers, and there is a risk of foreign exchange settlement and tariff violations	eBay; Global Express
Since 2012	2C cross-border e-commerce transaction service	According to the "9610" 1210 "regulatory code of the customs, carry out the compliance" toC "cross-border e-commerce transaction service	Amazon; eBay; Global Express
Since 2020	2B cross-border e-commerce transaction service	According to the "9710" and "9810" regulatory code of the customs, carry out the compliance "toB" cross-border e-commerce transaction service	Alibaba International Station; Amazon business
Note – compiled by the author			

According to Table 1, cross-border e-commerce platform service model. After more than ten years of development, the cross-border e-commerce industry has given rise to various types of enterprises. According to the different modes of operation, they can be divided into two types: platform-based and big sellers(Ariadne Consulting, 2021). [2] Among them, platform-based e-merchants tend to have higher competitive barriers and broader growth space, and the mainstream e-merchant platforms, based on the two stages of development of "information aggregation platform" and "online transaction platform", reflect the development towards "ecological platform". The trend of "ecological platform" evolution is clear.

Relying on the strong synergy advantages formed by the iterative innovation, the ecological platform is more conducive to empowering SMEs to realize internationalization. Through the systematic transformation of new-generation technologies such as big data, cloud computing and artificial intelligence, as well as the effective penetration and integration of cross-border logistics, credit management, e-commerce operations and financial services, eco-platforms can help promote resource sharing on a wider scale and smooth the connection between various participants in the ecosystem, providing important support for SMEs to break through the various bottlenecks in their international development.

Cross-border e-commerce leverages its ecosystem synergies to provide SMEs with the momentum to internationalize. The enabling mechanisms of cross-border e-commerce platforms include: further reducing transaction costs in international markets, reducing negative impacts (institutional, cultural, legal, etc.) across countries, enhancing corporate brand reputation and impact, strengthening direct connections with international customers, improving corporate network connectivity, and promoting corporate collaboration and innovation. At the same time, SMEs need to continuously improve their digital capabilities in order to take full advantage of the empowerment mechanisms and resource dividends of cross-border e-commerce platforms in promoting internationalization.

(1) Participation in cross-border e-commerce enables SMEs to obtain key resource supplements

Participation in cross-border e-commerce platforms has profoundly changed the basis of SMEs' international competitiveness. The development of the Internet and digital tools has greatly improved the ability to collect, store, analyze and share information [3], providing SMEs with knowledge information sharing and collaborative specialization, and significantly reducing transaction costs. The "mobile revolution" is further driving the digital transformation of SMEs in the area of customer value creation, and through cross-border e-commerce platforms, SMEs have access to richer resources and broader physical support, which can reduce transaction costs and improve efficiency for all transaction participants, as well as further reduce marketing costs, improve customer relationships, and improve financial performance. They can also further reduce

marketing costs, improve customer relationships, and improve financial performance. Relying on cross-border e-commerce platforms and their digital networks, SMEs can participate more extensively in global trade and the international division of labor, which greatly enhances their international market expansion and international market service capabilities.

(2) Participation in cross-border e-commerce changes the way SMEs create value

Participation in cross-border e-commerce platforms has changed the structure of SMEs' business models and the logic of international business. Digitization not only affects SMEs' business processes, operational systems and organizational capabilities, but also revolutionizes the way companies connect and do business with consumers, suppliers and other stakeholders. In a digital environment, companies can further break down organizational boundaries and interact openly with other entities, thus promoting value co-creation among companies, between consumers and companies, and among consumers. Therefore, by participating in cross-border e-commerce platforms, SMEs can quickly graft on platform resources to build a broader network of synergies and establish a new model of value creation in overseas markets based on complementary resources.

(3) Participation in cross-border e-commerce platforms promotes SMEs' participation in innovation activities

The flexibility, integration, and openness of cross-border e-commerce platforms significantly facilitate SME innovation and promote innovation in their international business models. The borderless, interconnected, and uncertain nature of the digital environment is driving the formation of innovation networks among firms on a wider scale, creating more flexible and versatile innovation approaches by overcoming spatial and temporal barriers to inter-firm collaboration. Relying on digital platforms and networks, open innovation is gradually becoming the mainstream innovation model, creating opportunities for SMEs to participate extensively in the increasingly fine-grained international division of labor and innovation, and offering the possibility for many SMEs to innovate on the basis of limited resources.

REFERENCES:

1. Ali research. <http://www.aliresearch.com/ch/information>
2. Ariadne Consulting. 2021 China New Cross-Border Export B2B E-Commerce Industry Research Report [R/OL]. (2021-02-28) [2022-06-12]. <https://report.iresearch.cn/report/202102/3737>. Shtml
3. NAMBISAN. S, ZAHRA. S. A, LUO. Y, D, et al. Global platforms and ecosystems: Implications for international business theories [J]. Journal of international business studies, 2019, 50(9):1464-1486
4. Yi Gang. Comprehensive measures and precise efforts to further improve and deepen financial services for small and micro enterprises[J]. China Financier, 2018(8): 20-23.
5. Wei Liping, Xing Wenxiang. Research on the impact of cross-border e-commerce exports on China's brand internationalization [J]. International Trade, 2019 (12): 19-26

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БИЗНЕСТІҢ ӘЛЕУМЕТТІК ЖАУАПКЕРШІЛІГІНІҢ ДАМУЫ

Елмұрат Ж.Е.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
Экономика және Бизнес Жоғары мектебі,
«Мемлекеттік және жергілікті басқару»
мамандығының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.
Ә.ғ.к., профессор м.а.

Аңдатпа

Зерттеудің мақсаты. Қазақстандағы бизнестің әлеуметтік жауапкершілік моделін анықтау, сондай-ақ оның идеяларын ілгерілетуді талдау негізінде даму проблемалары мен перспективаларын анықтау.

Зерттеу әдісі. Қазақстанда корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің даму үрдістерін анықтау үшін мынадай тәсілдер қолданылады: жүйелі, салыстырмалы, аумақтық-бағалау. Әдістердің әртүрлілігі топтарға біріктірілген: сипаттама, салыстыру, экономикалық-статистикалық әдістер, корреляциялық талдау, жалпылау, басқа әдістер мен әдістер.

Зерттеу нәтижелері. Жүргізілген зерттеу негізінде Қазақстандағы БӘЖ даму жағдайы туралы қорытындылар тұжырымдалды.

Кілт сөздер: бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі, серіктестік, тұрақты даму, бизнес, стейкхолдерлер

Қазақстандағы ірі бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі қоғамның адами әлеуетін іске асырудағы әлеуметтік-экономикалық және экологиялық жағдайларын жақсартуға арналған қазіргі заманғы сұраныстарына жеткілікті дәрежеде жауап бермейді. Адамның еркін, қауіпсіз еңбекке, еңбек ақы төлеуге, демалуға және еңбек дауларына құқықтары, сондай-ақ Қазақстан Республикасының Конституциясында кепілдік берілген құқықтары бизнестің қызметкерлер алдындағы ортақ жауапкершілігін қарастырады [1, 1,24-бап].

Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін мүдделі тараптар мен ерікті және келісілген компанияның өз қаражаты есебінен маңызды ішкі және сыртқы әлеуметтік бағдарламаларды жүзеге асыру міндеттемесі ретінде қарастыру қажет. [2].

Компаниялардың корпоративтік ортақ жауапкершілігін іске асыруы компанияның болашақтағы дамуына, беделін жақсартуға, мемлекетпен, іскерлік серіктестермен және жергілікті қоғамдастықтармен әріптестік байланыстарды кеңейтуге жәрдемдеседі. Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі шын мәнінде тұрақты дамуды қамтамасыз ететін қоғамға әсер ету құралы болып табылады [3].

Біріккен Ұлттар Ұйымының Жаһандық келісімшартында баяндалған БӘЖ қағидаттарын қабылдау ірі бизнестің барлық субъектілерінің Қазақстанның орнықты даму стратегиясын толыққанды іске асыруы үшін бағыттаушы және ұйымдастырушы негіз болуға тиіс.

Коронавирус пандемиясымен байланысты әлемдік оқиғалардың салдарынан БӘЖ іске асыру мәселелері Қазақстан үшін де өте маңызды болды. Қазақстанда аурудың таралуын қысқарту үшін көптеген кәсіпорындардың іскерлік белсенділігі айтарлықтай шектелді, демек, мемлекет пен халықтың бюджетіне кірістер қысқарды. Қазақстандық қоғамдағы әлеуметтік шиеленісті төмендету үшін мемлекет азаматтарға әлеуметтік төлемдерді беруді жүзеге асырды. Кәсіпорындар мен халықты қолдау жөніндегі мемлекеттік шараларды жеткілікті деп атауға болмайды. Кәсіпорындар мен азаматтардың бір бөлігі әлеуметтік жауапкершілік таныта отырып, медициналық құралдармен және мұқтаждарды қорғау құралдарымен қамтамасыз етуге көмек көрсетті. Бизнес иелері мен кәсіпорын қызметкерлері халықтың әлсіз топтары үшін волонтерлік көмек көрсетті. Қазіргі уақытта карантин кезінде болған экономикалық және әлеуметтік шығындарды бағалау қиын. Дегенмен жұмыс орындарының бір бөлігі жоғалды, орта және шағын бизнес айтарлықтай зардап шекті деп айтуға болады. Әсіресе қызмет көрсету саласында жұмыс істейтін шағын бизнес зардап шекті.

Финляндия, Швеция, Германия, Дания және т.б. сияқты елдердің көпшілігінде БҰҰ-ның Жаһандық келісім шартына енетін кез келген деңгейдегі компанияларда әлеуметтік жауапкершіліктің көрінісі қызметті жүзеге асыру үшін стандартты талап болып табылады, дегенмен осы елдердегі БӘЖ модельдері әртүрлі [4].

Қазақстанда дамыған елдермен салыстырғанда бизнестің әлеуметтік жауапкершілік тәжірибесі дамудың бастапқы сатысында тұр. 2021 жылдың басында қазақстандық 15 компания Біріккен Ұлттар Ұйымының (бұдан әрі –БҰҰ) Жаһандық келісім шартына қатысушы болып табылады, бірақ тізімде 178 компания салық аударымдарын жүргізетін жер

қойнауын пайдаланушылары ғана бар. Қазақстан Республикасының шикізаттық бағыты бар және оның ЖІӨ 30 %-дан астамы жер қойнауын пайдаланушылар кәсіпорындары есебінен қалыптасады [5].

Жаһандық келісімшартқа қатысушылар арасында Қазақстаннан «KEGOC» АҚ, «Қазақстан Темір Жолы» АҚ, «ҚазМұнайГаз» АҚ Ұлттық компаниясы, «Олимп Медикал Групп» ЖШС, «Алмаз Медикал Групп» ЖШС және т.б. танымал компаниялары бар [6]. Жаһандық келісімшарттың ішіндегі он бес қазақстандық қатысушы компаниялардың төртеуі медициналық саланы қамтиды. Қазақстанның мұнай-газ секторынан өкіл ретінде «Қазмұнайгаз» АҚ Ұлттық компаниясы қатысады. Мысалға, 2021 жылдың басында Қазақстан Республикасында мұнай және табиғи газ өндіру бойынша 104 кәсіпорындар тіркелген болатын [6].

Әлеуметтік-жауапкершілік қызметті өз стратегиясының бөлігі ретінде жүзеге асыру, өз әлеуметтік жауапкершілігі мен мүмкіншіліктерін түсінуге байланысты, кәсіпорындармен әртүрлі жолдармен жүзеге асырылады. Бұл бизнестің ауқымы мен экономикалық тұрақтылығын білдіреді. Қазақстан Республикасы Заңнамасы бойынша қажетті, оған қосымша ережелерді дамыту стратегиясын негізге ала отырып, ірі кәсіпорындар КӘЖ жүйелі және тұрақты негізде жүзеге асырады. Орта кәсіпорындар көбінесе кейбір қайырымдылық акцияларын және салық төлеу мен еңбекақы төлеу бойынша заңнамада белгіленген талаптарды жүзеге асырады, экологиялық заңнаманы сақтайды. Ірі, орта және шағын бизнестің БӘЖ талаптары мен тәсілдері әртүрлі. Мысалы: «Самұрық-Қазына» ұлттық әл-ауқат қоры АҚ мемлекеттік холдингі ірі бизнес субъектісі бола отырып, БӘЖ-ді ортақ стратегияға біріктірді. Холдингінің 2012-2022 жылдарға арналған Даму стратегиясында топтағы әлеуметтік жауапкершілік стандарттарын жоғарылатуды қарастырады, оның ішінде:

- әлеуметтік әріптестік қағидасы негізінде әлеуметтік-еңбектік қарым-қатынасты реттеу;

- өндірістегі экологиялық тұрақтылық пен қауіпсіздікті қамтамасыз ету;

- әлеуметтік жобаларды іске асыру аумағындағы біртұтас саясатты анықтау.

Табиғи ресурстарды өндіру мен өңдеу саласындағы жетекші әртарапандырылған компания – Eurasian Resources Group (бұдан әрі – ERG) корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қағидаттарын табысты енгізудің мысалы болып табылады. ERG тобы өз қызметін төрт құрлықтағы он бес елде жүзеге асырады, интеграцияланған тау-кен металлургия, өңдеу, энергетика, логистика және мар-кетинг кәсіпорындарына ие. ERG тобы қызметінің ауқымы бүкіл ел экономикасының дамуы үшін стратегиялық маңызы бар және көптеген адамдардың мүдделеріне әсер етеді. Компания өз бизнесінің тұрақты дамуын қамтамасыз етуге ұмтылады және өзі әрекет ететін өңірлерде қызметінің әлеуметтік құрамдас бөлігіне жоғары көңіл бөледі. Компания жаңа жұмыс орындарын құру, қызметкерлерге арналған әлеуметтік бағдарламалар, демеушілік және қайырымдылық, экологиялық және білім беру акцияларын өткізу арқылы әлеуметтік жауапкершілік қағидаттарын жүзеге асырады [7].

Қазақстанда бизнес-құрылымдар мен мемлекеттік биліктің тұрақты дамуды қамтамасыз ету жөніндегі өзара әрекеттесу кеңінен таралуда. Бұл өзара әрекеттесу әлеуметтік жауапкершілік тұрғысынан корпоративтік стратегияларда ірі компаниялар ұсынатын әртүрлі нысандар мен әдістерде көрінеді.

Қоғамның қатынасы және БӘЖ бизнесінің қабылдауының мәнін түсінуге байланысты. Қазақстандық қоғамда БӘЖ туралы бірыңғай нысандандырылған түсінік жоқ. Біреулер оны компаниялардың қоғамды жақсартуға және қоршаған ортаны қорғауға қатысуға ерікті шешімінің тұжырымдамасы ретінде қарастырады. БӘЖ-ді адамгершілік құндылықтарды сақтау, адамдарға, қоғамға және қоршаған ортаға құрмет көрсету арқылы жетістікке жетудің құралы ретінде қабылдайтындар бар. Кәсіпкерлердің бір бөлігі орнықты даму мәселелері жөніндегі Дүниежүзілік Іскерлік кеңестің (WBCSD) пікірін ұстанады, БӘЖ – бұл өз қызметкерлерімен, олардың отбасыларымен, жергілікті халықпен және жалпы қоғаммен жұмыс істеуде олардың өмір сүру сапасын жақсарту үшін тұрақты экономикалық даму

тұжырымдамасына бизнестің адалдығы. Кейбіреулер үшін әлеуметтік жауапкершіліктің мәні – бұл жалпы қоғамға пайда әкелетін бизнестің саналы қызығушылығы. Бұл әлеуметтік шоғырландыру үшін Еуропалық кәсіпкерлер қозғалысының анықтамасына сәйкес келеді. ISO 26000:2010 стандарты бойынша өз стратегиясының БӘЖ-ін басшылыққа алатын ірі бизнес «Әлеуметтік жауапкершілік жөніндегі нұсқаулық» шешімдер мен өз қызметінің қоғамға және қоршаған ортаға әсері үшін жауапкершілікті түсінеді, қоғамның әл-ауқаты мен амандығын қоса алғанда, тұрақты дамуға ықпал етеді [8].

Қазақстандық қоғам Біріккен Ұлттар Ұйымының әлеуметтік корпоративтік жауапкершілік туралы Жаһандық шартында тұжырымдалған БӘЖ қағидаттарын қабылдау үшін қиын жолдан өтуде. Бағыттың қиындығы өткен кеңестік тәжірибеде қалыптасқан әлеуметтік жауапкершіліктің стереотиптік көзқарастарымен, сондай-ақ елдің өткен ғасырдың соңғы онжылдығындағы социалистік формациядан нарықтық қатынастарға көшуі кезінде халық шаруашылығының құлдырауымен түсіндіріледі. Осы уақытта жүргізіліп жатқан мемлекеттік меншікті ауқымды жекешелендіру қазіргі заманғы бизнес – қоғамдастықтың қалыптасуына үлкен мүмкіндік берді және сонымен бірге қоғамның материалдық әл-ауқат деңгейі, әлеуметтік жағдайы бойынша терең стратификациясына ықпал етті. Елде әлеуметтік жауапкершілік мәселелеріне посткеңестік кезеңнің басында аз мән берілді, өйткені жеке бизнес енді ғана пайда болды және оның міндеттері нарықта өмір сүруге, шоғырландыруға және кеңейтуге дейін қысқарды. Бірақ 90-жылдардың соңында Қазақстанның бірінші президенті

Н. Ә. Назарбаев өз сөздерінде бизнестің ел алдындағы әлеуметтік жауапкершілігіне деген қоғамдық сұранысты айта бастады және әлеуметтік бағдарланған бизнесті ұлттық идея дәрежесіне көтеру қажеттілігін атап өтті [9].

Елдегі БӘЖ дамуын құқықтық қамтамасыз ету үшін бірқатар нормативтік-заңнамалық актілер қабылданды. Түрлі форумдар мен дөңгелек үстелдерде БӘЖ қағидаларын қабылдау үшін бизнес – қоғамдастықтар, жұмыс берушілер, билік өкілдері және үкіметтік емес ұйымдар арасында кең түсіндіру жұмыстары жүргізілді. 2008 жылы «Парыз» конкурсын өткізу БӘЖ дамытуға кәсіпкерлерді ынталандыруға ықпал етті. Халықаралық байланыстар, бірінші кезекте Біріккен Ұлттар Ұйымының Даму бағдарламалары бойынша Қазақстанда БӘЖ қағидаттарын ілгерілету бойынша озық тәжірибені жұмылдыруға мүмкіндік берді. БӘЖ іске асырудың тұжырымдамалық негіздері – арнайы стандарттардың және БҰҰ-ның бизнес өкілдерімен жаһандық шартының қағидаттары мен ережелері болып табылады. 2013 жылы «Орталық Азияның Еуразия Қоры» (ОАЕК) Қазақстанда бизнестің әлеуметтік жауапкершілікті дамыту зерттеуін бастама жасады: мәселелер және даму болашағы жобасы аясында «Қазақстанда бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін ілгерілетуде бірыңғай тәсілді әзірлеу» зерттеуіне бастамашылық етті [10]. Осы зерттеу нәтижелері негізінде Қазақстандағы бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің ұлттық тұжырымдамасын әзірлеу бойынша ұсыныстар берілді. Қазақстанда БӘЖ тікелей реттейтін жеке заңдар жоқ. Алайда, оның әртүрлі аспектілері белгілі бір нормативтік-құқықтық актілермен реттеледі. Мысалы, Конституцияда және Еңбек кодексінде бекітілген еркін және қауіпсіз еңбекке адам құқығы, демалыс.

Кәсіпкерлік және Салық кодекстерінде мүмкіндігі шектеулі адамдарды жалдау және әлеуметтік саланы, қайырымдылықты дамытуға бизнесте қатысу үшін экономикалық ынталандырулар айқындалған. Табиғи ресурстарды пайдалану және кәсіпорындардың қоршаған ортаға әсерін Экологиялық кодекс реттейді. Мемлекетпен әлеуметтік әріптестік қатынастары Мемлекеттік жеке әріптестік туралы Заңмен реттеледі, ал жұмыс берушілер мен қызметкерлер арасында ұжымдық шарттар, салалық келісімдер жасасу Еңбек кодексінде көрініс тапты. Ірі бизнестің корпоративтік әлеуметтік жауапкершілігінен Қазақстанның тұрақты дамуына айтарлықтай оң әсерін мемлекетпен азаматтық қоғамдастықтармен әріптестігі кезінде ғана күтуге болады.

Ұлттық Кәсіпкерлер палатасы мен «Орталық Азияның Еуразия» қоры ұсынған Бизнестің БӘЖ ұлттық тұжырымдамасының жобасы әлі бекітілген жоқ. Бірқатар ғалымдар бұл тұжырымдамада мәселелерді ескеру керек деп санайды:

- қоғамдағы айқын әлеуметтік дифференциацияны тегістеу;
- инновацияларды жедел енгізу үшін инфрақұрылым құру;
- экологиялық тепе-теңдікті сақтау және «жасыл» экономика қағидаттарын енгізу;
- бұрын шетелге шығарылған капиталдарды елдің экономикалық жаңғыртылуына қайта инвестициялау;
- көлеңкелі экономика мен сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес [11].

Қорытынды

Қазақстандық БӘЖ моделі әлі толық қалыптаспаған. Ол әлеуметтік-экономикалық және экологиялық саясатты жүзеге асыратын мемлекеттің белсенді қатысуының және корпорациялардың арнайы белгіленген ынталандыру мен жеңілдіктер жүйесі арқылы реттейтін мемлекеттің араласуынсыз бизнес құрылымдардың қоғаммен өзара әрекеттесуінің үйлесімімен сипатталады. Бұл ретте билік пен бизнестің өзара іс-қимылының мынадай бағыттарын бөліп көрсетуге болады:

– кәсіпкерлерден алынатын мөлшерленбеген және бақыланбайтын алымдар болып табылатын;

– «ерікті-мәжбүрлі қайырымдылық» ұйымы;

– әлеуметтік инвестицияларды қарастыратын жергілікті билік органдарымен ынтымақтастық туралы меморандумдарды жасасу. Бұл бағыт әлеуметтік-экономикалық жағдайы жергілікті қоғамдастықта корпоративтік мүдделерді ілгерілету үшін өз беделін сақтауға мүдделі қала құрушы кәсіпорындарға тәуелді қалаларға тән;

– барлық аталған тараптар мүдделі жобаларды іске асыратын мемлекеттің, бизнестің және халықтың әлеуметтік әріптестігі.

Қазақстандағы әлеуметтік инвестициялардың едәуір бөлігі жыл сайын өңірлік билік органдарымен жасалатын стратегиялық әріптестік туралы келісімдер (ынтымақтастық туралы меморандумдар) шеңберінде жүзеге асырылады. Бұл серіктестіктер жергілікті қоғамдастықтардың әлеуметтік-экономикалық дамуын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Инфрақұрылымды дамытуға, білім беруге, жастарды дамытуға, спортты дамытуға, денсаулық сақтау мен әлеуметтік бірлікке ерекше көңіл бөлінеді.

БӘЖ жаһандық шартына қатысушылар арасында қазақстандық компаниялар санының аздығын және олардың әлеуметтік жауапкершілігін іске асыру туралы ақпаратты сапалы көрсететін қаржылық емес есептілікті ұсынғысы келмейтінін атап өтеміз. Көптеген кәсіпкерлер БӘЖ қатысудан түсетін табыс тұтынушылардың мүмкіндіктерін іске асыру үшін экономикалық, әлеуметтік және экологиялық жағдайларды жақсартудың арқасында жылдар өткен соң ғана байқалатынына риза емес. Бұл негізінен БӘЖ компанияларының қабылдау белсенділігінің төмендігімен түсіндіріледі.

Бизнестің БӘЖ-ін дамыту мәселелерін шешуге оның жергілікті билік органдарымен және қоғамдастықтармен әріптестігін кеңейту, ұлттық табыстың өсуінен және елдің табиғи ресурстарын пайдаланудан түсетін пайданы әділ бөлуге деген қоғамдық сұраныстың күшеюі, сондай-ақ БӘЖ тұжырымдамасын толыққанды қабылдау ықпал ететін болады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы [Электронды ресурс] // Әділет [web-портал]. - 1995. - URL: http://adilet.zan.kz/kaz/docs/K950001000_ (қарау уақыты: 13.02.2021).
2. Ringov D., Zollo M. Corporate responsibility from a socio-institutional perspective. The impact of national culture on corporate social performance // *Corporate Governance*. - 2007. - № 7 (4). - P. 476-485.
3. Khalina V., Vasil'eva T. Social responsibility as the main Component of Enterprise Customer Orientation // *Investytsiyyi: praktyka ta dosvid*. - 2019. - № 18. - P. 53-61. - <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.18.53>.
4. Кузнецова Н. В., Маслова Е. В. Модели КСО // *Вестник Томского государственного университета. Экономика*. - 2013. - № 4 (24). - С. 22-36.
5. Сообщение о достигнутом прогрессе в рамках глобального договора ООН. Отчетный период: 2017-2018 гг. [Электронный ресурс] // Агентство корпоративного развития «КСО Центральная Азия» [web-сайт]. - 2019. - URL: https://s3-us-west-2.amazonaws.com.unge2019/474189/original/COE_20172018_CSR_CENTRAL_ASIA_RU (қарау уақыты: 23.01.2021).

6. Национальный отчет. Поступления 2018 по данным КГД МФ РК [Электронды ресурс] // ИПДО Казахстан [web-сайт]. - URL: <http://eiti.geology.gov.kz/ru/national-reports> (қарау уақыты: 23.01.2021).
7. Нефтегазовая отрасль Республики Казахстан [Электронды ресурс] // АО "Казахстанская фондовая биржа" [web-сайт]. - 2019. - 16 с. - URL: https://kase.kz/files/presentations/ru/KASE_OilGas_industry_2019.pdf (қарау уақыты: 23.01.2021).
8. Кабатова К. «Корпоративная социальная ответственность по-казахстански: госорганы, бизнес и гражданский сектор как ключевые участники построения системного подхода к КСО» [Электронды ресурс] // Программа для молодых исследователей в области публичной политики Фонда Сорос-Казахстан. - 2016. - 56 с. - URL: https://www.soros.kz/wp-content/uploads/2018/02/corporate_social_responsibility.pdf (қарау уақыты: 25.01.2021).
9. Выступление Президента Н. А. Назарбаева на республиканском Форуме по вопросам социальной ответственности бизнеса (Жезказган, 24 января 2008 года) [Электронды ресурс] // Юрист - Параграф Online [web-портал]. - URL: https://online.zakon.kz/m/Document/?doc_id=30155062 (қарау уақыты: 25.01.2021).
10. «Развитие Корпоративной Социальной Ответственности в Казахстане: ситуация, проблемы и перспективы развития». Подготовлено для Фонда «Евразия Центральной Азии» [Электронды ресурс] // Центр исследований «Сандж». - 2013. - URL: <http://pdf.knigi-x.ru/21raznoe/192378-1-korporativnaya-socialnaya-otvetstvennost-kazahstane-situaciya-problemi-perspektivi-razvitiya-podgotovleno.php> (қарау уақыты: 25.01.2021).
11. Сансызбаева Г. Н., Сансызбаев С. Н., Шаяхметова К. О., Садыкова Ж. Е., Турсумбаева М. Ж. К вопросу о концепции корпоративной социальной ответственности бизнеса в Казахстане // Вестник МИЭП. - 2015. - № 1 (18). - С. 9-23.

КӘСІПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫН БАСҚАРУ: БАНКРОТТЫҚТЫҢ АЛДЫН АЛУ ҮШІН ҚАРЖЫЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҚТЫ БАСҚАРУДЫҢ МАҢЫЗЫ ҚАНДАЙ?

Үсен С.Б.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
ЭжБЖМ факультеті,
менеджмент мамандығы,
магистратура 1 курс

Ғылыми жетекшісі: Кунанбаева Д.А.
э.ғ.д., профессор

Аңдатпа

Ғылыми мақалада төлем қабілеттілігі мен қажылық тұрақтылықтың дағдарысқа төтеп беру қабілеті зерттелген. Зерттеудің мақсаты банкроттықтың алдын алу үшін қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз ету кәсіпорын өміршеңдігіндегі рөлін анықтау болып табылады. Әдебиеттік шолу ретінде шет елдік авторлардың қаржылық тұрақтылық және төлемқабілеттілік терминдарына берген анықтамалары мен дағдарыс жағдайларындағы тұжырымдамалары және отандық авторлардың еңбектері зерттелді.

Сондай-ақ, мақалада кәсіпорынның төлем қабілеттілігі мен қаржылық тұрақтылығының мазмұны мен маңызы және оларды басқарудың тиімді жүйесін қалыптастырудың шетелдік тәжірибесі қарастырылды. Жүргізілген талдаулар мен теориялық аспектілер негізінде дағдарыс жағдайында банкроттықтың алдын алу мәселелері анықталды.

Кілт сөздер: қаржылық тұрақтылық, төлем қабілеттілігі, дағдарыс, менеджмент, кәсіпорын, банкроттық

Компаниялардың қазіргі бәсекелестік жағдайдағы өз меншігіндегі ресурстарын қолдануға толығымен жауап береді, сонымен қатар олардың төлем қабілеттілігі мен қаржылық тұрақтылығына байланысты тұрақты экономикалық өсуді қамтамасыз етуге талпынады.

Қазіргі таңда кәсіпорынның «төлем қабілеттілігі» және «қаржылық тұрақтылығы» терминдерінің әртүрлі түсіндірмелері қалыптасқан. Сонымен қатар, бұл ұғымдар туралы отандық экономистердің біріңғай көзқарастары жоқтың қасы. Сондықтан, кәсіпорынның

«төлем қабілеттілігі» және «қаржылық тұрақтылығы» ұғымдарымен байланысты жұмыс ісегенде мәселелер жиі туындайды.

Көптеген жылдар бойы бұл ұғымдар әртүрлі тәсілдермен түсіндірілді. Ұйымның қаржылық тұрақтылығы оның қаржылық жағдайының негізгі көрсеткіштерінің бірі болып саналады [6]. Креспо қаржылық тұрақтылықты ұйым өз тұтынушыларына сыртқы қаржыландырусыз тұрақты түрде қамтамасыз ете алатын әртүрлі ресурстық міндеттемелерді дамыту көзі ретінде қарастырады [2]. Бұл анықтама барлық ұйымдарға арналмаған, яғни мемлекеттік қолдауды немесе қарыз қызметтерін жиі пайдаланатын коммерциялық емес ұйымдарға арналған. Wang, K. T., Wu, Y., & Ho, K. Y. өз зерттеулерінде қаржылық тұрақтылық менеджерлердің ұзақ уақыт кезеңіндегі болашақ қаржылық нәтижелердің деңгейін бақылау және бағалау қабілеті деген идеяны берді [9]. Осы идеяны жалғастыра отырып, Мартин кәсіпорындарға жедел несие беру үшін олардың менеджерлеріне назар аударады [5]. Олар қаржылық есеп берудің белгілі бір кезеңінде талдау жүргізіп, белгілі бір шаралар аясында жобаға қаражат бөлу қажет деп есептейді.

Гапак Н.М. ұйымның бәсекеге қабілеттілігін оның серіктестерімен ынтымақтастығының көрінісі – қаржылық тұрақтылығы деп есептеген. Олар компанияның ынтымақтастық әлеуетінде қаржылық және басқа да қарым-қатынастағы басқарушылық міндеттемелеріне қаншалықты кепілдік бере алатындығын бағалайды. Сонымен қатар, ұйым өз қаражатымен бизнес үрдістерді үздіксіз жасап, меншікті және тартылған ақша қаражаттарын баланста ұстап отыруы қажет [8].

Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін сыртқы және ішкі қаржы көздері арасындағы жеке қаражаттардың қажетті көлемі есебінен төлем қабілеттілігінің абсолютті деңгейіне жетуге болады. Басқаша айтқанда, кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін оның төлем қабілеттілігін тиімді басқару ұйымның сыртқы қауіп-қатерлерге тәуелділігін төмендетеді, кредиторлардың санын азайтады, дағдарыстан шығу қарқынын барынша арттырады [3].

Альхарбидің зерттеуінде төлем қабілеттілігі қаржылық тәуекелді болдырмаудың факторы ретінде көрсетілген. Бірақ автор өз жұмысында тәуекелді болдырмаудың негізгі факторы ретінде корпоративтік мәдениетті тапты. Инвесторлар өздерінің инвестициялық шешімдерін қабылдау үшін қаржылық жағдайының қаншалықты тұрақты екеніне және бизнесінің үзіліссіздігіне қарай өздеріне қажетті компанияларды таңдайды [1].

Отандық автор Джаксыбекованың пікірі бойынша, қаржылық бақылаудың артықшылығы қаржылық ресурстарды, ақша ағындарын және құн есептерін мониторингтеу тиімділігін доғарылату үшін шаруашылық жүргізуші субъектілердің жағдайы мен ағындарын бақылау, активтер, оларды қаржыландыру жолдарын, құнын талдау болып табылады [11]. Сонымен қатар, Джаксыбекованың Аубакировамен бірге жасалған зерттеу жұмысында, қаржылық тұрақтылықтың үшөлшемді көрсеткішін зерттеп, Қазақстандағы ең ірі авиакомпанияның қаржылық тұрақтылығын бағалалады [4].

Қазақстан Республикасының кәсіпорындары капиталистік концепцияға бағытталған, яғни тез және қысқа мерзімде пайда табуға бағытталған [4]. Дегенмен, төлем қабілеттілігі түсінігі ұзақ мерзімді нәтижелерді барынша арттыратын және кәсіпкерлік ортаның тәуекелдерін барынша азайтатын нақты қаржылық бақылау шараларын қолдануды білдіреді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыге шолу көрсеткендей, қаржылық тұрақтылық және төлем қабілеттілік ұғымдары кеңінен зерттелген. Дегенмен, бұл ұғымдардың арақатынасын зерттеуде олқылық бар. Біз осы зерттеу жұмысында осы олқылықтың орнын толтыруға тырыстық. Сондай-ақ, Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыге шолу негізінде бірнеше зерттеу сұрақтары тұжырымдалды:

1. Егер кәсіпорын қаржылық тұрақты болса, кәсіпорын төлем қабілетті болып саналады ма?

2. Банкроттықтың алдын алу үшін қаржылық тұрақтылықтың маңызы қандай ?

Кәсіпорынның төлем қабілеттілігі мен қаржылық тұрақтылығының мазмұны мен маңызы

Қатынастардың бәсекелестік кезеңге өтуіне байланысты кәсіпорынның қаржылық жағдайын саралау қазіргі кезде жаңа қарқынға ие. Орта және ірі ұйымдар үшін, соның ішінде акционерлік қоғамдарда бұл жағдай қаттырақ байқалады.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдаудың өзектілігін – бір қаланың, аймақтың, облыстың немесе елдер арасындағы ұйымдардың байланысы арқылы анықтауға болады. Мәселен, белгілі бір кәсіпорынның қаржылық жағдайының өзгерісі басқа кәсіпорындардың қорларының төмендеуіне немесе артуына алып келеді. Демек, олардың ақша қаражатының өзгерісі төлем қабілеттілігі мен қаржылық тұрақтылығына тікелей әсер етеді. Компанияның қаржылық жағдайындағы теріс ауытқулар оның серіктестері мен құрамындағы мүшелерінің төлем қаражаттарын қайтармау қаупі пайда болады [7].

Қаржылық жағдайды талдаудың қағидаларын білу, басшылардың қаржылық тұрақтылығы мен менеджерлердің төлем қабілеттілігін анықтау және сараптау қасиеті оның активтерін қаржыландыру барысында инвестициялау шешімдерінің қажеттілігін айтарлықтай көрсетеді. Кәсіби мамандарды даярлап, оларды компанияның мақсатына қарай бейімдеу қаржылық мониторингті күшеуту үшін мүмкіндік береді, сондай-ақ кәсіпорындар конъюктурасында қаржылық қызметтерге дұрыс міндеттер қоюды реттейді.

Тұрақтылық деп – сыртқы орта факторларының әсеріне қарамастан өзінің жай-күйін сақтап қалу қабілетін айтамыз. Мысалы, кәсіпорынның сыртқы ортасында оның бәсекелестері, серіктестері немесе мемлекеттік органдар әрекеттері бар. Осы ортадағы элементтердің оң немесе теріс өзгерісі оның қаржылық теңдігіне әсер етеді. Алайда, компанияның ішкі ортасы барлық жүйенің басты нысаны екендігін ұмытпау қажет. Сыртқы ортаға қарағанда, ішкі ортада қызметкерлері тиімті басқарып реттеп отыруға болады. Дегенмен, ондағы тұтынушылардың сұраныс ауытқуы өнімнің өмірлік циклінің кепілі болып табылады.

Осылайша, кәсіпорынның тұрақтылығы – деп оның сыртқы және ішкі ортадағы ауытқуларға дәл уақытында қаржылық бейімделуін білдіретін тепе-теңдік күйін айтамыз.

Д.Робертсон бойынша кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығына бірқатар факторлар әсер етеді:

- компанияның нарықтағы орны;
- сапалы және өтімді өнім көлемін шығару;
- жеткізушілермен немесе серіктестермен ынтымықтастығы;
- сыртқы инвесторларға тәуелділік көрсеткіші;
- борышкерлерінің саны;
- қаржылық операциялардың тиімділігі және т.б.

Қаржылық тұрақтылық – ұйымның жалпы тұрақтылығының маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Ол төлем қабілеттілікті сақтай отырып, кірісті көбейту үшін қаржылық ресурстардың жағдайын, оларды қалыптастыру, қолдану есебінен байқалады. Негізінен, қаржылық тұрақтылық ұзақ мерзімі көрсеткіш болып саналады. Дегенмен, кәсіпорынның төлемқабілеттілігінде қаржылық жағдайдың қысқа мерзімді аспектілерін ескеру қажет.

Ұйымның қаржылық тұрақтылығының негізгі үш шарты бар:

1. Біріншіден, компанияның кірістері мен шығыстар тепе-теңдігі. Онда, операциялық анализдеудің және шығынсыздық нүктесін табудың орындылығы ескеріледі. Бұл операцияның өзегі стратегиялық шығындарды қадағалау үшін осындай талдау нәтижелерін қолдану болып саналады.

2. Екіншіден, ұйымның кірістері мен шығыстары ақша ағынын құрайды. Кірістердің шығындардан асып түсуі бұл ұзақ мерзімдегі әрекеттердің оң нәтижесі. Сондай-ақ, қысқа мерзімді кезеңде шығындардың кірістен асып кетуі қаржылық жақдайдың өзгеруіне әсер етпеуі мүмкін, яғни төлем қабілеттіліктің бар екендігін көрсетеді.

3. Үшіншіден, қаржылық тұрақтылық икемділік, дербестік және капиталдандыру секілді көрсеткіштер арқылы есептеледі. Ұйым активтері мен пассивтері арасындағы баланс олардың тиімді құрылысына оң әсері бар.

Алдымен, активтердің өтімділігі мен баланстың өтімділігі көрсеткіштерінің ара жігін ажыратып алу керек.

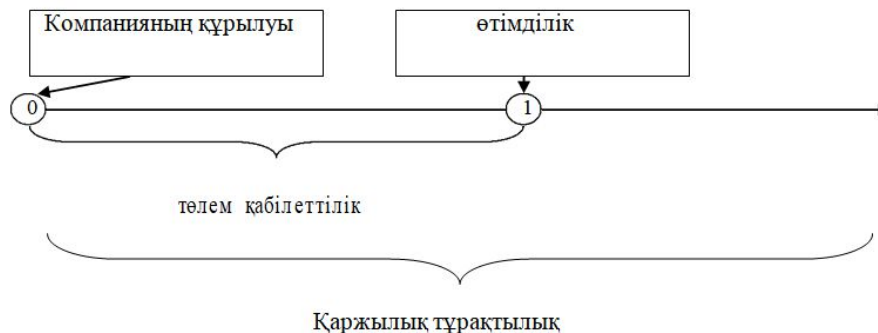
Активтердің өтімділігі – деп компанияның өз активтерін ақша қаражатына айналдыру қасиетін айтамыз.

Ал, бухгалтерлік баланстың өтімділігі – деп ақшаға айналу мерзіміндегі міндеттемелерді өтеу уақытына сәйкес кәсіпорынның активтері арасындағы баланс деңгейін атайды. Осылайша, баланстың өтімділігі кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығының шарты болса, ал активтердің өтімділігі төлем қабілеттілігінің шарттарының бірі болып табылады (Сурет 1).



Сурет 1 – «қаржылық тұрақтылық», «төлем қабілеттілігі», «өтімділік» ұғымдарының өзара байланысы. Ескерту: [10] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Егер де осы аталған ұғымдарды уақыт бойынша талдасақ, келесі өрнектегідей көрсетеміз (Сурет 2): «қаржылық тұрақтылық» – ұзақ мерзімді кезеңде, «төлем қабілеттілігі» – ұйымның кез келген кезеңдегі жағдайы, ал «өтімділік» – ұйымның белгілі бір уақыт аралығындағы жағдайы.



Сурет 2 – Уақыт ағымы бойынша «қаржылық тұрақтылық», «төлем қабілеттілігі», «өтімділік» көрінісі. Ескерту: [12] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Осылайша, «қаржылық тұрақтылық» термині «төлем қабілеттілігі» мен «өтімділікті» қамтитын ұғым екендігі белгілі болды. Сонымен қатар, өтімділік ұйымның төлем қабілеттілігі мен қаржылық тұрақтылығын байланыстырады. Үш ұғымда ұйымның бәсекеге қабілеттілігін анықтаудың негізгі көрсеткіштері болып табылады.

Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын басқарудың тиімді жүйесін қалыптастырудың шетелдік тәжірибесі

Қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз ету компанияның қаржылық ресурстарын қалыптастыру мен қолдануды, сондай-ақ капитал айналымын басқару арқылы ғана жүзеге асады. Қаржылық тұрақтылық пен төлем қабілеттілігін басқаруда ұйымдар дағдарысқа қарсы басқару құралдарын реттей отырып, мәселені шешуге әрекет жасайды.

Осылайша, ондағы өзін-өзі басқару үрдісі үш кезеңге бөлінеді:

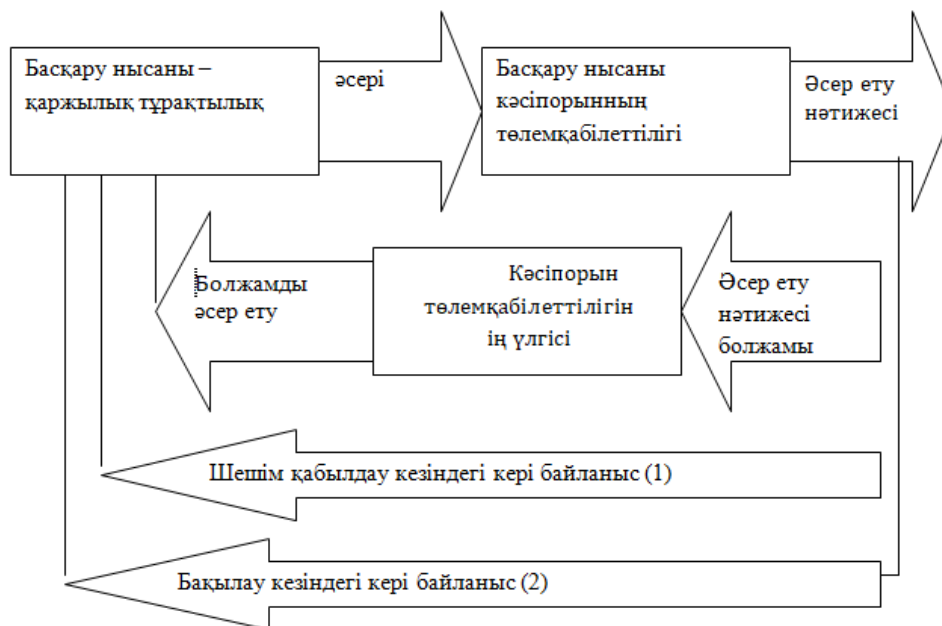
- жүйе жағдайды зерттейді;
- жүйе тактика ойлап шығарады;
- міндеттерді орындауға шешім қабылданады.

Аталған көрсеткіштерді ақпараттар айналымы ретінде ең алғаш Ф. Тейлор қарастырып өткен (Сурет 3).

Басқару нысанына тікелей байланыс негізі арқылы мониторинг жүзеге асады, бұл әсердің нәтижелері кері байланыс есебінен аға басқару процестеріне айналады.

П.Хорват, Д.Хан, Т.Ройхман, Д.Мерсер және т.б. секілді шетелдік ғалымдар банкроттық фактордың қаржылық тұрақтылыққа тікелей әсерін зерттеген. Ұйымдастырылған жүйелер бiшкі жүйелердің ақпараттық мақсатына әрекет етуге, яғни өзгертуге тырысады. Бұл оның факторларын анықтауға және компанияны қайта құрылымдау әдістерін пайдалану арқылы болжанады.

Дағдарыс жағдайларында компанияның құлдырауына алдын ала шаралар жасалмаған жағдайда кндіріс үдерісін жеткілікті қаражатпен қамтамасыз ете алмауына алып келеді. Британдық және еуропалық зерттеушілер банкрот кезінде компаниялардың 15-25%-дан аз бөлігі ғана дайын болатындығын айтқан [14]. Сонымен қатар, дағдарыстық жүйеде қаржылық тұрақтылықтың толық бағаланбауы заманауи экономиканың өмірлік циклін қысқартады. Дәл осы үдерістер қаржылық тұрақтылықты ынталандыруды немесе нақты көрсеткіштерді үйлестіруді қажет етеді.



Сурет 3 – Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын басқару жүйесі
Ескерту: [13] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Қаржылық тұрақтылық шеңберіндегі төлемқабілеттілік пен өтімділікті анықтау тауарлық, несиелік, ақшалай сипатта туындайтын міндеттемелерді уақтылы өтеу арқылы көрінеді. Коммерциялық келісімдердің шарттары айналым қаражатын, өз кезегінде, кәсіпорын төлемдері және ақша айналымы арасындағы байланыспен сипатталады.

Кәсіпорынның төлем қабілеттілігі кез келген уақытта қажетті шығыстарды жабу мүмкіндігі айтылады. Сонымен қатар, өтімді қаражаттардың құрылымы өаржылық тұрақтылықты банкроттық кедергі ретінде, мүліктік талаптардың орындалуына қарсы әрекет етеді.

Қорытындылай келе, кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын басқару банкроттықтың алдын алу және оның ұзақ мерзімді табыстылығын қамтамасыз ету үшін өте маңызды. Қаржылық тұрақтылық компанияның қаржылық міндеттемелерін орындау және уақыт өте келе өз қызметін қолдау қабілетін білдіреді.

Жалпы алғанда, қаржылық тұрақтылықты басқару кез келген бизнестің табысты болуы үшін маңызды. Компанияның қаржылық міндеттемелерін орындай алуын және уақыт өте келе жұмысын жалғастыруын қамтамасыз ету арқылы бизнес банкроттықтан аулақ бола

алады, қаржыландыруды қамтамасыз ете алады, өсуді жеңілдетеді және мүдделі тараптардың сенімін сақтай алады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Alharbi, I. B. (2022). Exploring the relationships between organizational culture, management control system and organizational innovation. *Global Business Review*.
2. Crespo, N. F. (2019). The adoption of management control systems by start-ups: Internal factors and context as determinants. *Journal of Business Research*. 875-874.
3. Chen, Y.-S., Lin, C.-K., Lo, C.-M., Chen, S.-F., Liao, Q.-J. (2021) Comparable studies of financial bankruptcy prediction using advanced hybrid intelligent classification models to provide early warning in the electronics industry, *Mathematics* 9(20),2622
4. Г.Н. Джаксыбекова, Д.Е. Аубакирова (2019). Финансовое состояние и управление финансовой устойчивостью авиакомпании
5. Martin, M. A. (2020). An evolutionary approach to management control systems research: A prescription for future research. *Accounting, Organizations and Society*. 11057 86.
6. Pavlatos, O. (2021). Drivers of management control systems in tourism start-ups firms. *International Journal of Hospitality Management*. 102746, 92.
7. Samagaio, A. C. (2018). Management control systems in high-tech start-ups: An empirical investigation. *Journal of Business Research*.
8. Гапак Н.М., Каптежан С.А., Особенности определения финансовой устойчивости предприятие // Научный вестник Московского университета.– 2017. – № 1. – С.191-196.
9. Wang, K. T. (2019). Internal control reporting and cost of bond financing: Evidence from China. *International Review of Economics & Finance*.
10. Korepanov, G., Yatskevych, I., Popova, O., (...), Marych, M., Purtskhvanidze, O. (2020) Managing the financial stability potential of crisis enterprises, *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology* 11(4), с. 359-371
11. Джаксыбекова Г.Н. // Проблемы и перспективы применения зарубежных методик мониторинга финансового состояния в компаниях Республики Казахстан: сборник МНПК / Новый экономический университет им. Т. Рыскулова. – Алматы, 2015 г. - С. 392-400
12. Iurieva, L.V., Dolzhenkova, E.V. (2021). Financial Stability Management of an Industrial Enterprise Based on the Formation of Signal Indicators, *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 666(6),062104
13. Mirza, N., Rahat, B., Naqvi, B., Rizvi, S.K.A., (2023). Impact of Covid-19 on corporate solvency and possible policy responses in the EU, *Quarterly Review of Economics and Finance*, 87, с. 181-190
14. Brown, R., & Rocha, A. (2020). Entrepreneurial uncertainty during the COVID-19 crisis: Mapping the temporal dynamics of entrepreneurial finance. *Journal of Business Venturing Insights*, 14

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯ И НАУЧНУЮ ТЕХНОЛОГИЮ

Wang Xiaolin

КазНУ им. аль-Фараби,
Высшая школа экономики и бизнеса

Научный руководитель: Тажиева С.К.
к.э.н., доцент

Аннотация

В то время, когда развитие науки и техники меняется с каждым днем, существуют также частые региональные конфликты, бедность, безработица и интенсивное разделение богатых и бедных. Некоторые люди обвиняют экономическую глобализацию в хаосе в современном мире, часто данные обвинения в проблемах мира изза экономической глобализации, не подтверждены фактами, ни решениями проблемы. На фоне новой эпохи перепроверка и интерпретация вопросов экономической глобализации поможет лучше понять пульс времени и лучше интегрироваться в мировую тенденцию экономической глобализации.

Ключевые слова: экономическая глобализация; предприятие; технологии;

Введение

С начала 1980 -х годов глобализация вызвала широкое внимание в сообществе социальных наук. Существует много споров о значении и методах исследований «глобализации», а также диагностике и решении проблем, связанных с глобализацией.

В качестве спорного понятия, процесс и форма выражения глобализации очень сложны. Хотя глобализация - это «модное слово» нашей эпохи, многие люди, которые используют это слово, могут не быть знакомы со всем, что оно содержит. Кроме того, люди придают различные значения «глобализации», основанную на своих собственных мнениях и академическом языке ученых. Из-за важности экономики для мира «экономическая глобализация», естественно, стала наиболее важной концепцией глобализации.

1. Развитие экономической глобализации

Экономическая глобализация - это процесс, который постепенно происходит с течением времени. Репрезентативная точка зрения заключается в том, что глобализация является эмпирическим фактом. Она включает в себя ряд процессов. Благодаря этим процессам страны по всему миру повысили степень взаимозависимости в экономике, политике и обществе. Процесс экономической глобализации прошел долгую историческую эволюцию. Начиная со второй мировой войны развитие этого процесса еще больше ускорило.

Некоторые ученые считают, что источник глобализации начинается с 1970 -х годов, когда связь между странами мира резко расширилась. Некоторые ученые включили развитие человеческого общества в 19 веке, такое как промышленная революция в категорию экономической глобализации. Кроме того, некоторые ученые проследили историю экономической глобализации до более длительной эпохи.

Хотя термин «экономическая глобализация» появился только в 1960 -х годах, но большинство ученых полагали, что перед созданием термина для описания глобализации давно уже начался процесс экономической глобализации. Хотя ученые могут отличаться от исторического разделения, большинство глобальных исторических повествований подчеркивают углубление связей между национальными государствами. Основная характеристика экономической глобализации заключается в том, что торговля, товары и поток населения увеличились. Эти аспекты в настоящее время значительно изменились по сравнению с прошлой исторической эрой. Кроме того, распространение колониализма является ключом к раскрытию истории глобализации, которая также вызвала рост неравенства между колонизатором и внутренним экономическим неравенством страны.

Человеческие существа находились в процессе экономической глобализации в течение нескольких веков. Этот процесс продолжает усиливаться с конца Второй мировой войны. В современные времена экономическая глобализация проявляется как экономическая модель с участием свободного рынка, конкуренции и частной собственности на капитальные товары. С развитием времени эта модель была встроена в социальные и экономические системы большинства стран мира. Глобализация современного мира характеризуется колониальной экспансией, и значительный рост населения привел к большому количеству иммигрантов. В современном мире (с 1970 года) основные проявления создания одного мирового рынка в сочетании с развитием информационных и коммуникационных технологий и увеличением потока капитала, товаров и населения. В недавнем периоде глобализации промышленное развитие с научными и технологическими инновациями в качестве основного.

Из исторического контекста существует три основных этапа экономической глобализации. Первый этап проявляется в росте европейского влияния, расширении Османской империи и коммерческой деятельности китайских и арабских бизнесменов. Конец первого этапа и начала второго этапа смешиваются, то есть с 1850 года до начала Первой мировой войны в 1914 году, оно характеризуется иммиграцией на далекие расстояния, увеличением международной торговли и потока капитала, транспортировки и улучшения коммуникации, торговли Продуктами. Цена становится все более

равномерной. Все вышеуказанные обстоятельства приносили процветание на Запад и другие развитые страны, включая Японию и многие страны Европы и Северной Америки. Третий этап начался после Второй мировой войны. Он характеризовался дальнейшим увеличением торговли товарами и капитальных потоков. По сравнению со вторым этапом количество иммигрантов снизилось. В третьей волне иммиграции были две основные аналогичные виды иммиграции. Одна из них - небольшое количество опытных профессиональных и технических работников из самых богатых стран; Другое - большое количество неопытных профессионалов из более бедных стран, которые стремятся к лучшей жизни в более богатых странах. На третьем этапе, особенно когда Северная Америка и европейские страны были доминирующими, азиатские страны также получили большую пользу в экономике. В современный период экономической глобализации появились многочисленные отрасли, посвященные технологиям и научным инновациям..

2. Влияние экономической глобализации на предприятия

В определенном смысле влияние экономической глобализации на корпоративную конкуренцию можно разделить на три аспекта: масштаб, географическое местоположение и давление. Эффект масштаба включает в себя больший рыночный потенциал, больше потенциальных клиентов, больше потенциальных конкурентов, а также больше потенциальных поставщиков и партнеров. Местоположение охватывает цепочку создания стоимости, оффшор, аутсорсинг и сложную цепочку поставок. Давление включает в себя стоимость и ценовое давление, более высокий уровень изменений, более диверсифицированные рынки, более низкие пороговые значения для предпринимательства и более низкую популярность.

Эффект масштаба означает, что рынок корпоративной конкуренции больше не является региональным изолированным рынком.. С сокращением торговых барьеров, большинство областей мира больше похоже на единый рынок. Это не означает, что это общий рынок, но то что рынок взаимосвязан, отсутствуют препятствия для участия зарубежных стран в конкуренции страны. Национальный рынок может быть диверсифицирован, но рыночный потенциал продуктов и услуг в значительной степени глобальный, а не местный. Это означает, что для продуктов и услуг одного предприятия или отрасли существует огромный рыночный потенциал, из -за отсутствия ограничения географического охвата отрасли.. С увеличением общего рынка число потенциальных клиентов, количество потенциальных конкурентов и количество потенциальных поставщиков и партнеров также увеличивается.

Фрагментация производственного процесса стала важной темой международных исследований экономики. Кругман назвал это явление «разделение цепочек стоимости» и отметил, что это одна из основных тенденций международной торговли, что приводит к более высокой стоимости или росту торговли. Этот более высокий рост торговли исходит от увеличения выбора трансграничного местоположения. Это связано с тем, что барьеры товара, капитала и технологического потока уменьшились, а цепочка создания стоимости оценивается различными частями цепочки создания стоимости. Эти меры обычно называют «оффшорным аутсорсингом» и становятся важной темой исследования. В последние годы общая тенденция корпоративной структурной корректировки является аутсорсингом, сконцентрированной на основной деятельности и серии бизнес -функций. Масштаб большинства транснациональных компаний оффшорного аутсорсинга, по -видимому, увеличивается. Однако масштаб аутсорсинга не является статичным. Хотя предприятия продолжают передавать свой бизнес в страны с низким уровнем себестоимости установка корпоративных границ отличается. Основными экономическими факторами аутсорсинга являются сокращение затрат, экономии затрат и сокращение капиталовложений. Возможно, эти последние формы оффшорного аутсорсинга стали возможными, благодаря улучшенному развитию многонациональных корпоративных организаций и технических возможностей. Цепь сыграла все более важную роль в конкурентоспособности предприятия и национальной экономики.

Экономическая глобализация усугубляет конкурентное давление, что привело к тому, что называется эффект давления, а увеличение конкурентного давления происходит от нескольких аспектов. Поскольку новая экономика открыта, затраты и ценовое давление увеличилось. Более высокий уровень изменений связан с циклом продукта, технологией производства, конкурентами и предпочтениями клиентов. Другими факторами для повышения давления являются диверсификация рынка. Из-за глобализации границ отрасли, разнообразие новых и более крупных рынков приносит большую сложность. Конкуренты могут иметь больший глобальный потенциал, но для того, чтобы добиться этого потенциала, мы должны решить эту повышенную проблему разнообразия. Компании с более сильными способностями получают конкурентные преимущества. Распространение технологий и информации также облегчило доступ для создания предприятия

3. Практическое значение экономической глобализации

Хотя глобализация имеет много экономических уровней, включая политику, культуру, общество, технологии и экологию и т. Д., Самая известная концепция - это экономическая глобализация. Капитализм увеличил экономическую и социальную взаимную зависимость стран мира, потому что капитализм зависит от роста, увеличивает больше прибыли, расширяется на новые рынки и использует более дешевые ресурсы и рабочую силу для ускорения производства. Сегодня мир - это эпоха экономической глобализации. В контексте постоянной экономической глобализации связанные с этим вопросы развития повлияли почти на все аспекты мира. В определенном смысле экономическая глобализация пересмотрела мир.

В современном мире внутренняя движущая сила экономической глобализации обусловлена в основном такими факторами, как сокращение торговых барьеров, сокращение транспортных затрат, снижение затрат на коммуникацию, развитие информационных и коммуникационных технологий и распространение технологий. Ускорение экономической глобализации в основном проявляется в развитии науки и техники сегодня, увеличении иммиграции и изменениях в культурных моделях. Каждое изменение глубоко влияет на образ жизни людей и методы работы в эпоху современной экономики. Сегодня научные и технологические инновации стали основной конкурентоспособностью экономической глобализации. Практика доказала, что изменения в информационных и коммуникационных технологиях являются наиболее глубокими в этой области. Разработка научных и технологических инноваций в этой области принесет революцию в информационных и коммуникационных технологиях по всему миру. Конечно, кроме того, наука и технология беспрецедентно развивались в других областях. Развитие и инновации науки и техники являются внутренними силами экономической глобализации, и они также являются результатом экономической глобализации. Они продвигают друг друга и дополняют друг друга, что проявляется как диалектическое единство. Экономическая глобализация сделала разработку и инновационный процесс науки и техники более удобной и эффективной и способствовала многонациональному разделению труда и сотрудничеству. Современная эпоха - это эпоха цифровизации, основанная на информационных и коммуникационных технологиях. Только путем хорошегоразвития науки, техники и прорывами на основе инноваций мы можем в значительной степени избежать цифровых пробелов цифровизацией по сравнению с западными странами. Только для того, чтобы воспользоваться возможностями и достичь лучшего развития.

В последние годы из-за недостатков международного экономического развития, роста тенденции против Соединенных Штатов и влияния новой пневмонии коронарного вируса, экономическая глобализация пострадала беспрецедентно, а с ней одновременно национальные интересы Китая. В этом контексте мы должны уделять больше внимания и переоценить вопросы экономической глобализации. Проведение реформ и открытий - это путь к сильной стране в Китае, поэтому экономическая глобализация является единственным способом для реформы Китая и открытия. На фоне новой эры мы должны стремиться глубоко исследовать и придерживаться пути экономической глобализации.

КӘСІПОРЫНДАҒЫ СТРАТЕГИЯ ДЕҢГЕЙЛЕРІ

Оразханқызы Қ.
Әль-Фараби атындағы ҚазҰУ
Экономика және Бизнес Жоғары Мектебі
Менеджмент, 1-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Купешова С.Т.,
э.ғ.к., аға оқытушы

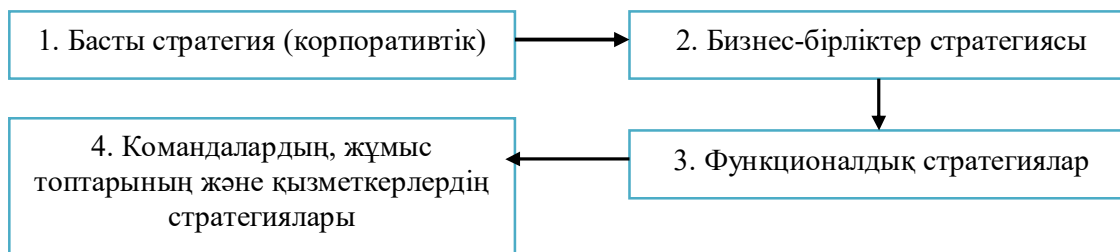
Аңдатпа

Компаниялардың стратегияларын әзірлеу оларды тиімді дамытудың маңызды шарттарының бірі болып табылады. Бірақ көбінесе менеджерлер стратегияларды әзірлеуді олардың нақты түрлерін ескермей, оларды жалпы түрде ұсынумен шектейді. Нәтижесінде стратегиялық жоспарлау нашарлайды, әртүрлі стратегияларды бір-бірімен байланыстыру мүмкін болмайды, жоспарлау мен басқарудағы тұтастық, бірлік және кешендік қағидаттары бұзылады, ал стратегиялардың өздері жалпы, басқарудың нақты жағдайларымен аз байланысты сипатқа ие өмірге қабілетсіз болады. Стратегиялар стратегиялық менеджмент процесінің негізгі өнімдері болып табылады, бірақ егер стратегиялық басқару өнімі айқын стратегияның орнына бұлыңғыр, үзінді сипатта болса, онда мұндай стратегия ешқандай нәтиже бере алмайды, тек компанияның нарықтағы позициясын нашарлатады.

Кілт сөздер. стратегиялық менеджмент, корпоративтік стратегия, бизнес-желі, функционалдық стратегия.

Компания даму міндеттерін шешу және алға қойылған мақсаттарға қол жеткізу үшін әртүрлі стратегияларды қолдана алады. Өндірісті дамыту, өсу, қысқарту, маркетинг, сату, инвестициялық, қаржылық және басқа да көптеген түрлі стратегиялар бар. Стратегиялық менеджменттегі көптеген стратегиялардың арасында бағдарлау үшін оларды тұтас жүйеге реттеуге және менеджерлердің олардың мәнін түсінуі үшін ортақ тіл құруға мүмкіндік беретін стратегиялардың әртүрлі жіктемелерін пайдаланады.

Менеджмент стратегияларын басқару деңгейлері бойынша жалпы корпоративтік, бизнес-стратегиялар және функционалдық стратегиялар деп бөледі (Сурет 1). Қазіргі заманғы ұйымдарда орталықсыздандыру және өзін-өзі ұйымдастыру процестерінің қарқынды дамуын ескере отырып, стратегиялық жоспарларды әзірлеу мен іске асырудың табысты болуына байланысты командалардың, топтар мен қызметкерлердің даму стратегияларын да ескеру қажет [1].



Сурет 1. Стратегияның деңгей бойынша түрлері

Басты стратегия (корпоративтік) – ұйымның дамуын біртұтас ретінде сипаттайды, жоғары деңгейде тұжырымдалады және дербес және орталықсыздандыру дәрежесіне қарамастан, ұйымның барлық бөлімшелері үшін міндетті болып табылады. Ұйым өзінің тұтастығын сақтай алады және тиімді басты стратегия жағдайында ғана табысты дами алады. Онда компания дамуының жалпы деректері, мысалы, барлық бөлімшелер бойынша

жиынтықталатын жалпы пайда, сатудың жалпы көлемі сипатталады. Бизнесінің неғұрлым маңызды, түйінді түрлері мен стратегиялық бизнес-бірліктер бойынша ғана олардың қызмет нәтижелерінің басты сипаттамалары, мысалы, сату көлемі, рентабельділігі, бизнес-бірліктің компанияның жалпы нәтижелеріне қосқан үлесі келтірілуі мүмкін.

Басты стратегия синергияның әсерін де қамтамасыз етуі тиіс. Синергия - күрделі жүйелердің маңызды сипаттамасы, ол компанияның түрлі бөлімшелері мен бизнес-бірліктерінің өзара іс-қимылы кезінде жалпы нәтиже олардың қызметінің қарапайым әсерлерінің сомасынан асатынын білдіреді. Мысалы, компания дистрибьюторлық желіні сатып алады, нәтижесінде оның сату көлемі күрт артып, бұрын жаңа клиенттерге қол жеткізе алмаған бірнеше бизнес-бірлік пайда болды. Жалпы нәтиже, егер олар бір-бірінен бөлек әрекет етсе, тарату желісі мен бизнес бірліктерінің пайдасынан едәуір жоғары болады. Сондықтан басты стратегия - бұл оның бөлімшелері стратегияларының қосындысы емес, дамудың жаңа деңгейіне жету негізінде бөлімшенің даму стратегияларының синтезі.

Бизнес-желілер стратегиясы немесе бизнес-бірліктер стратегиясы – бұл стратегиялар компанияда дербес бизнес түрлері және автономды немесе жартылай автоматты стратегиялық бизнес-бірліктер болған жағдайда әзірленеді. Бизнес-бірлік - компанияның толық циклді - маркетингі, өндірісті, өткізуді, ал бірқатар жағдайларда зерттеулер мен әзірлемелерді жүзеге асыратын бөлімшесі. Бизнес-бірліктер үлкен дербестікке ие, олардың менеджерлері өндіріс, баға белгілеу және өткізу, қызметкерлерді ынталандыру және іріктеу, өндірісті дамыту стратегияларын дербес айқындайды. Әртүрлі компанияларда бизнес-бірліктер стратегиясының менеджерлері қабылдайтын қандай да бір шешімдерге шектеулер белгіленуі мүмкін. Жалпы алғанда, бизнес-бірліктер стратегиясы - компания ішіндегі компания, бірақ оның ең жоғары автономиясы жағдайында да оның дербес шешімдеріне мынадай шектеулер сақталуы тиіс. бизнес-бірліктердің стратегияларында жеке-дара жасай алмайды:

- қызмет түрін, өндіріс профилін өзгерту,
- жабдықтар мен технологияларды сату,
- компанияда белгіленген шектеулерден артық кредиттер алу;
- бизнес-бірліктер стратегиясының жетекшісін және негізгі менеджерлерді жұмыстан шығару.

Бизнес-бірліктердің әрбір стратегиясының даму стратегиясы компанияның басты стратегиясын ескере отырып әзірленуі тиіс.

Функционалдық стратегиялардың мақсаты-бизнес – бірліктер мен жалпы компания стратегияларының орындалуын қамтамасыз ету. Оларды әзірлеу кезінде корпоративтік міндеттер және сонымен бірге жалпы бөлімшелердің даму міндеттері ескеріледі. Көптеген компаниялар қателесіп, осы стратегияларды жасамай, негізгі стратегия мен бизнес бірліктерінің стратегиясымен шектелуге болады деп санайды. Бірақ бұл жағдайда оларға қойылған мақсаттар мен міндеттер "ауада ілулі", өйткені кім не үшін жауап беретіні, бірінші кезекте қандай міндеттерді шешу керектігі, міндеттердің орындалуын қалай үйлестіру керектігі туралы түсініксіздік бар [2].

Бұл стратегиялар көбінесе компанияның функционалды бөлімшелеріне жіктеледі. Тағы бір тәсіл олардың жалпы қызмет түрлеріне жіктелуімен байланысты. Мысалы, осы формада: маркетинг стратегиясы, қаржылық стратегия, инновациялық стратегия, өндіріс стратегиясы, әлеуметтік стратегия, ұйымдастырушылық өзгерістер стратегиясы, экологиялық стратегия. Айта кету керек, функционалды бөлімшелер үшін стратегияларды әзірлеуге негізделген тәсіл неғұрлым нақты, өйткені оны әзірлеуге және енгізуге кім жауапты екені белгілі. Сонымен қатар, әрбір функционалды бөлім инновациялық стратегияны, ұйымдастырушылық өзгерістер стратегиясын, Әлеуметтік және басқаларды дамытады. Маркетинг стратегиясын маркетинг бөлімі жасауы керек, бірақ әлеуметтік, инновациялық және басқа да стратегияларды кім әзірлеп, оларды жүзеге асыруға жауапты екендігі белгісіз. Сондай-ақ, әр стратегия инновациялық болуы керек екенін есте ұстаған жөн.

Функционалды стратегиялар – бұл төменгі деңгейдегі стратегия және олар өте нақты болуы керек. Барлық жағдайларда функционалды бөлімшелердің даму стратегиясын жасау қажет. Қызмет түрлері бойынша стратегияларды жіктеуді функционалдық стратегиялардан бөлек қарастырған жөн.

Стратегиялық менеджмент тәжірибесі компанияның стратегиясы жоғары деңгейдегі жалпы стратегиялық мақсаттар стратегияларды енгізу тәуелді болатын төменгі деңгейдегі қызметкерлердің стратегиялық мақсаттарына айналған кезде ғана тиімді жүзеге асырылатынын көрсетті.

Бюрократиялық тәсілмен стратегия басқарудың жоғарғы деңгейімен анықталады және басқарудың төменгі деңгейлеріне механикалық түрде беріледі. Сонда да, тұтастай алғанда компанияның даму стратегиясының, оның бөлінуінің стратегиясы мен топтардың, командалардың және жұмысшылардың даму стратегиясының байланыс мәселелері шешілмейді. Стратегиялық мақсаттар басшылық арқылы қабылданған кезде стратегиялық алшақтық орын алуы мүмкін, бірақ стратегиялық тиімсіздік компанияның жоғарғы және төменгі деңгейіндегі стратегиялық мақсаттар арасындағы байланыстың жоқтығынан және төмен деңгейдегі мүдделі жұмыскерлердің оған ұмтылмауынан болады.

Төртінші деңгейдегі стратегиялардың маңыздылығы қазіргі уақытта басқарушылық іс-әрекеттер мен шешімдердің ауырлық орталығы команданың, жұмыс топтарының желілік құрылымдарына және тікелей стратегияларды жүзеге асыратын жұмысшыларға ауысқан кезде өзін-өзі басқарудың және компаниялардағы өзін-өзі ұйымдастырудың дамуына байланысты артып келеді [3].

Стратегияны әзірлеу және таңдау — бұл дайын шаблондар мен ұсыныстар жиынтығына енбейтін күрделі, шығармашылық процесс. Бұл процесті техникалық бұйымдарды жасау сияқты стандарттау мүмкін емес. Тек стандартты емес, шығармашылық стратегия нарықтағы көшбасшылыққа қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Нарықтық орта факторлары мен компанияның ұйымдастырушылық факторларының әртүрлі комбинациясы стратегиялық дамудың көптеген нұсқаларын жасайды. Компания менеджментінің міндеті-инновацияға негізделген өнімді дамыту стратегиясын жасау, компанияның сәттілігін қамтамасыз ететін тұрақты бәсекелестік артықшылықтарды құру және сақтау.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. J.A.Pierce11,R.B.RobinsonJr. Strategic management: Strategy Formulation and Implementation. 3d ed.Irwin, Homewood, 1988
2. Стратегический менеджмент. Под ред. Петрова А.Н. СПб, Питер, 2005.
3. L.W.Rue,P.G.Holland. Strategic Management: Concepts and Experiences. 2d ed. N.Y MacGrawHill. 1989

THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM AT THE ENTERPRISE AND ITS EFFECTIVENESS

Dauken K.

Al-Farabi Kazakh National University,
High School of Business and Economics,
Major Management ,
Masters student first year

Scientific supervisor: Tazhieva S.K.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Abstract

Human resource management (HRM) is a crucial component of any successful business. Human resource management's top priorities include incentivizing workers, supervising their

interactions with one another, fostering their professional growth, and monitoring the quality of their work. Qualifications and experience level are indicators of how well a person fits into a professional setting. Lifelong learning systems and ongoing professional development should serve as the foundation upon which an organization's employees update their skill sets and acquire new competencies. Human resource management systems often neglect to invest in training for their employees. It helps the business grow and evolve, which is essential to meeting its goals and objectives. Investments in employee development and motivation through training programs have a long-term payoff for every business.

Introduction

The article is relevant since the current conditions of any enterprise's activities necessitate the creation of an effective system for managing employees and the development of their potential.

Theoretically revising personnel processes and developing a methodology for the formation of an effective strategy and tactics of Personnel Management in enterprises that contribute to the growth and development of domestic industry and ensure their competitiveness on domestic and international markets is crucial. Due to the insufficient level of professional training of a portion of enterprise personnel, which complicates their adaptation to modern requirements, the theoretical development of socio-economic methods of training and reproducing highly qualified employees of enterprises with a high level of general and specialized education is crucial and timely.

Personnel Management is a set of concepts, methods, and means of personnel-oriented influence that ensures the maximum utilization of intellectual and physical abilities in the performance of Labor functions to achieve company goals [1]. The successful utilization of Personnel potential is one of the most significant components for an organization's success in any sector of human activity, and it actualizes the challenges of Personnel Management by fostering the environment for employees to fulfill their personal and professional potential.

The concept of Personnel Management is often used as a synonym for the terms "Human Resource Management" and staff mobilization, achieved by the combined efforts of network and functional managers, is the focus of "Personnel Management." [2]. Purposefully structured activities on Personnel Management and the concepts and techniques applied to ensure the concept of the enterprise's personnel policy, personnel strategy, and the efficient utilization of the enterprise's personnel potential [3].

The purpose of Personnel Management is to work with people, choose and evaluate them correctly, and show interest in improving their level of competence.

Materials and Methods

The conditions of a market economy impose special requirements on the process of studying and managing personnel management as the most essential element of a modern organization's successful activities, ensuring its competitiveness, development prospects, and efficiency.

The company certifies and rationalizes jobs, establishes forms of workers organization, conducts ratifications, assigns ranks and categories, establishes working hours and rest time, and appoints ranks and categories in order to maximize the use of its employees and encourage optimal performance from each [4]. Therefore, the potential and market dominance of a competitive company are contingent on the qualifications of its employees. Consequently, the industries where objectives must be met at the lowest possible cost, must rely on specialized human resource management functions.

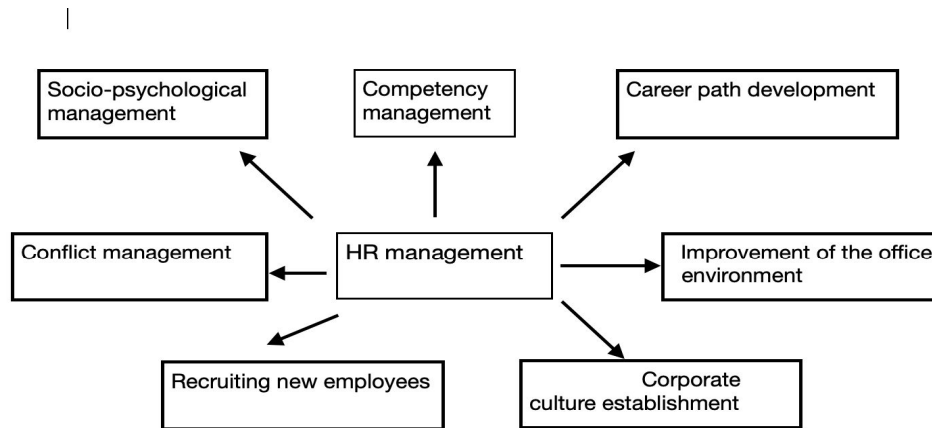


Figure 1- Special functions of personnel management

Client satisfaction is impossible without content workers. Consequently, there are specialized functions in people management geared to get the approval of company leaders. Employee expects to contribute to the development of the company and anticipates similar treatment from management [5]. For example:

1. an open method of handling employee affairs (payroll, disciplinary action);
2. reasonable terms of employment (i.e., a comfortable workplace, financial incentives, and a modifiable work schedule);
3. receive positive treatment and acknowledgement of their accomplishments;
4. a healthy social and psychological environment must be established.
5. a fair and open workplace environment;
6. defined career paths;
7. access to training and education;
8. a framework for defining and communicating expectations and duties.

Prerequisites for an efficient human resource management system:

- Human resource expenditures and specialized training for new hires to introduce the company's values and guiding principles;
- Setting up training for all staff members;
- Sustaining workers' interest in and enthusiasm for the material, relational, and mental growth of the company;
- creating a brand for a business.

One of the trickiest things to manage is people, not machines or raw materials, because they may think for themselves and have different priorities than the things that go into production. Additionally, employees have subjective interests and are highly sensitive to unpredicted managerial influences. The term "personnel management system" refers to a wide range of related concepts, including but not limited to: strategies, principles, functions, methods, technologies, and procedures for handling "personnel [6].

Different schools of thought on the organization of the Personnel Management System are examined, and the following methods are recognized that categorize the elements of their management system in various ways:

This is the first method. The PMS has three main sections where all of its components can be found:

1. Personnel planning;
2. Personnel selection and recruitment;
3. Personnel training and career management;

4. Personnel assessment and motivation technologies;

5. Forms of labor rationing.

The second strategy to consider. At both the general and the linear management levels, the Personnel Management System is evaluated for its effectiveness. The management of production and functional units are both part of general management, which also encompasses management of general organizational difficulties. The following categories of control are involved at the linear level, each in their own right[7]:

1) labor relations system;

2) recruitment and accounting of staff;

3) planning and marketing of the personnel department;

4) The development of personnel, including training, retraining, advanced training, and the acclimation of new workers;

5) the stimulation of, and the rationing of, labor processes, methods, and modes of remuneration;

6) Social Development, including Housing and Consumer Services, Organization of Nutrition, and the Formation of a Healthy Lifestyle;

7) Organizational Structure, Including Staffing and Legal Issues;

8) Economic Development, including Taxation and Economic Policy.

9) intra-corporate culture and corporate style.

The third possible approach. The organizational representation of the personnel management system, also known as the Personnel Management System, is made up of a number of different structures, including the manager, the Personnel Service, and other organizations. In this section, we make a distinction between the numerous human, regulatory, and methodological, office management, organizational, informational, material, and technical supports that Personnel Management relies on.

This is the fourth strategy that we will use. It is common knowledge that the significance of the Personnel Management System to the entirety of the organization is determined by the following three factors:

The Personnel Management System consists of three components: 1) a collection of responsibilities delegated to a manager or personnel service; 2) the standing of this area of activity within the organization; and 3) the participation of representatives of the Personnel Management System in decisions of a broad organizational nature. In this case, we observe not only a decrease in the total amount of time spent on the approach's documentary and accounting levels but also a decline in the quality of the work that these individuals do as a whole.

"people management" is described as "a cycle of interrelated processes overseen by representatives of the company's management," according to the Society for Human Resource Management (SHRM) [8]. (emphasis added).

We believe that utilizing this strategy is the most efficient and accurate way to handle global human resource management in the modern day. The structure of the Personnel Management System is made up of many departments and administrators who collaborate with one another.

The Personnel Management Service is composed of a large number of divisions, each of which focuses on a particular aspect of human resources management (Personnel Service). The role and location of the Personnel Management Service within the overall structure of the organization is determined by each specialized unit that is a part of the Personnel Management Service as well as the position of the person who serves as its direct supervisor [9].

Companies that focus on the implementation of HR processes often have a number of subsystems that are dedicated to the numerous HR processes they implement, in addition to a subsystem for network administration (for example, a recruitment subsystem, a training and development subsystem, etc.). It is necessary to consider the interrelationships between the various aspects of Personnel Management within the framework of such a system in order to formulate the ultimate goals of the organization's Personnel Management and to determine the means to achieve them, as well as to develop an appropriate management mechanism that provides comprehensive

planning and organization of Personnel Management. This requires taking into consideration the interrelationships between the various aspects of Personnel Management.

The first thing that needs to be done in order to build a successful Personnel Management System for a business is to decide what the goals of the system will be. The activities, production levels, strategic responsibilities, and other aspects of a business will all play a role in determining how the HR management system of a company should direct its efforts to achieve its goals. The most important objective of the Personnel Management System is to ensure the proper organization of personnel, the productive utilization of personnel, and the growth of personnel in both their professional and social lives. This objective is grounded in the collective knowledge that has been gathered by both domestic and international organizations[10].

A company's ability to function is dependent not only on the implementation of cutting-edge production technologies, but also on the expertise of its personnel selection specialist, his familiarity with and use of the Internet, and his capacity to conduct a focused search for and evaluation of qualified applicants. Based on our examination of the relevant scientific and theoretical literature, we are able to confidently state that a company's ability to function is dependent not only on the implementation of cutting-edge production technologies, but also on the expertise of its personnel selection specialist.

In today's market economy, the operations of every company need to include an ongoing and methodical examination of how effectively their resources, including their Human Resource Management System, are being utilized.

I. Results and discussion

The effectiveness of the Personnel Management System is determined by the method of forming personnel, its optimal use in the company's life, the development of personnel, and the measurement of the effectiveness of these personnel's labor activity. Only through the effective measurement, supervision, and optimization of the labor activity of each employee and employee group can one speak of the high efficiency of Personnel Management. In economics, efficiency is defined as the proportion of results achieved to resources expended.

Despite the fact that the personnel labor process is inextricably linked with the production process, the social activity of society, and the economic development of the company, there is currently no approach that can determine the criteria for the effectiveness of the Personnel Management System and the problem of measuring the efficacy of labor activity. This is the case despite the fact that there is no all-encompassing approach to determining the criteria for the effectiveness of the Personnel Management System.

The primary objective of evaluating the effectiveness of Personnel Management is to identify and eliminate factors that reduce the organization's income from the use of human resources. Measurement and evaluation of the efficiency of the Personnel Management System's operation and growth permits the following conditions[11]:

1) Diagnose problems that arise in the course of Personnel Management System activities in a timely manner and actively impact the existing status of the system to eliminate them;

2) make operational decisions regarding specific modifications in the system and forecast their impact on the key parameters of Personnel Management;

3) plan for the ongoing improvement of the Personnel Service's and other departments' work.

Conclusion

The management system relies heavily on the development of organizational processes and the attainment of major goals, both of which are aided by training employees. In order to compete effectively in the global economy, businesses need access to elite talent or the means to develop their own elite talent. As a long- term investment it should be appropriately analyzed by financial and HR teams. Setting goals, creating training programs, and keeping tabs on their progress should all be part of a streamlined training model from which to draw conclusions about training's efficacy and outcomes. By implementing novel approaches in this procedure, the organization can foster a culture of creativity within its ranks.

REFERENCES

1. Shchekin G.V. Theory and practice of personnel management: Textbook-method. T33 manual. / Author-comp. G. V. Shchekin. — 2nd ed., stereotype. — K.: MAUP, 2003. p. 36
2. T.Y. Bazarova, B.L. Eremina. Personnel Management: Textbook for Universities Edited by T.Y. Bazarov, B.L. Eremin.: UNITY, 2002.
3. Kaznacheeva S.N., Chelnokova E.A. Methods of Event-recruiting in personnel management // Modern high-tech technologies. Regional application. 2013. pp. 65-79.
4. E. Maslov, Human Resources Management (2009)
5. E. Bezlepkyina, Modern methods of staff training (2010)
6. S, G. (2019) What is training in HRM? - meaning, features, need, types, methods, Essays, Research Papers and Articles on Business Management. Available at: <https://www.businessmanagementideas.com/human-resource-management-2/what-is-training-in-hrm/20387>
7. Hersey, P., Blanchard, K.H. and Johnson, D.E. (2013) Management of Organizational Behavior: Leading Human Resources. Boston: Pearson.
8. “HR strategy and Change Management” (2012) HR Strategy: Business Focused Individually Centred, pp. 131–139. Available at: <https://doi.org/10.4324/9780080478401-16>.
9. Briscoe, D.R. (2013) “Global Human Resources,” Management [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1093/obo/9780199846740-0019>.
10. O. Sushchenko, I. Trunina, D. Zagirniak, 2017 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES), 66 (2017)
11. What does HR actually do? 11 key responsibilities (2019) Lucidchart. Available at: <https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do>.

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЗВРАТНОСТИ ССУД В КАЗАХСТАНЕ

Айдарова А.К.

КазНУ им. аль-Фараби, Высшая школа экономики и бизнеса
Деловое администрирование, магистрант 1 курса

Научный руководитель: Тажиева С.К.
к.э.н., доцент

Аннотация

В данной статье освещены проблемы и тенденции банковского кредитования и обеспечения возвратности ссуд в Казахстане на примере АО «Народный банк Казахстана»

Ключевые слова: банки, кредитование, потребности, кредитный риск, обеспечение возвратности кредита

Одной из основных проблем кредитования в условиях модернизации рынка финансовых услуг в Республике Казахстан в последние годы является проблема невозврата полученного кредита. В рыночно ориентированной экономике Казахстана важным фактором развития является банковское кредитование, выступающее в качестве способа удовлетворения потребностей всех предпринимателей и потребителей в денежных ресурсах и формой предпринимательской деятельности банков. Оно напрямую связано с результатами производственно-хозяйственной деятельности, и прежде всего с финансовым состоянием предпринимателей, составляющих важнейшую группу нефинансовых заемщиков. Ставшая массовой практика неисполнения обязательств по кредитному договору наносит значительный ущерб как банковской системе, в частности, так и экономике страны в целом. Учитывая, что кредиты имеют высокий риск, вопрос обеспечения возвратности банковских кредитов очень актуален. Возвратность является основополагающим свойством кредита. Можно выделить три основные причины, из-за которых происходит увеличение доли просроченных, проблемных кредитов. Первой и одной из самых главных причин является нестабильность финансово-экономической ситуации в стране. Вторая причина, обуславливающая невозвратность кредита, это возникновение финансовых проблем у

заемщиков. Для предприятий эти проблемы могут выражаться в отсутствии денежных средств, в связи со снижением спроса, сбоями в производстве и, а для физических лиц – в потере работы и задержке заработной платы у работников предприятий и организаций. Эта причина тесно связана с первой, так как большинство проблем юридических и физических лиц, обуславливающих невозможность возврата полученных ссуд, появляется именно в период финансово-экономической нестабильности государства в целом. Третья причина, заключается в том, что у коммерческих банков отсутствует эффективная система защиты банка от риска невозвратов выданных кредитов.

Основными механизмами обеспечения возвратности кредита выступают - залог, поручительство, банковская гарантия, цессия и страхование кредитного риска. Таким образом, острота назревших проблем и недостаточное их исследование определили выбор темы и направления исследования. Международный опыт свидетельствует, что банки, которые предоставляют клиентам более разнообразные услуги высокого качества, обычно, имеют преимущества перед банками с ограниченным набором услуг. Активная работа коммерческих банков в области кредитования является непременным условием успешной конкуренции в финансовой сфере, ведет к увеличению занятости, росту производства, повышению платежеспособности юридических и физических лиц. При этом речь идет не только о совершенствовании техники кредитования, но и о разработке и внедрении новых способов снижения кредитных рисков.

Кредитный риск предполагает вероятность убытков в связи с невозвратом или несвоевременным погашением выданных кредитов и неуплатой процентов по ним. Поэтому в последнее время уделяется повышенное внимание не только отбору заемщиков, но и контроль, за их финансово-хозяйственной деятельностью, и формам обеспечения возвратности по кредитам.

Обеспечение возвратности кредита - это целенаправленная деятельность банка, включающая систему организовано - экономических и правовых мер, составляющих механизм ряд мер, определяющих способы выдачи кредитов, источники, сроки и способы их погашения. Источниками возврата является доход заемщика, выручка от реализации заложенного имущества, перечисление средств гарантом или страховой организацией. Погашение кредита за счет средств заемщика представляет собой добровольное выполнение клиентом своих платежных обязательств перед банком, указанных в кредитном договоре. Погашение за счет источников означает включение банком в действие механизма принудительного взыскания причитающегося ему долга. Данный механизм имеет правовое обеспечение в виде договора о залоге, гарантии, договора поручительства. Банковский кредит - одна из основных форм кредита. К субъектам кредитных отношений относятся - банки, организации с различными видами собственности, физические лица. Кредиторами могут выступать юридические и физические лица, которые предоставили свои средства в распоряжение заемщика на определенный срок.

Заемщик - это сторона кредитных отношений, которая получает денежные средства на определенный срок во временное пользование (в ссуду) и обязана их вернуть в установленный срок. В случае с банковским кредитом его субъекты могут выступать как заемщиками, так и кредиторами. Банковский кредит можно классифицировать по назначению, сферы функционирования, срока предоставления, размера, способа выдачи, методов погашения, а также видов процентных ставок. По назначению кредиты могут быть потребительскими, промышленными, торговыми, сельскохозяйственными, инвестиционными, бюджетными, ипотечными. По сфере применения различают кредиты - предназначенные для расширения производства, и используемые в организации оборотных фондов. По срокам пользования - краткосрочные (до 1 года), среднесрочные (от 1 до 5 лет), долгосрочные (свыше 5 лет). Для формирования оборотных фондов обычно используют краткосрочный кредит, а для расширения производства - среднесрочный или долгосрочный.

По обеспечению кредиты бывают необеспеченные (в сфере потребительского кредитования) и обеспеченные (залогом, гарантией, страховкой). По способу выдачи

различают кредиты – компенсационные (деньги поступают на счет клиента для возмещения его расходов) и платежные (деньги поступают непосредственно на оплату документов, которые предоставлены заемщиком). При оформлении кредита менеджер банка предложит вам различные варианты погашения. Всего есть два вида гашения - аннуитетный и дифференцированный. Аннуитетный платеж представляет собой равные ежемесячные выплаты, растянутые на весь срок кредитования. В сумму включены: часть ссудной задолженности, начисленный процент, дополнительные комиссии и сборы банка. При этом, в первые месяцы (или годы) гашения кредита большую часть выплат составляют проценты, а меньшую – погашаемая часть основного долга. Ближе к концу кредитования пропорция меняется: большая часть идет на погашение основного кредита, меньшая - на проценты. Этот вид платежа удобен для небольших потребительских кредитов: вы точно знаете сумму платежа и заранее планируете бюджет.

Дифференцированный платеж - это неравные ежемесячные выплаты, которые пропорционально уменьшаются в течение срока кредитования. Наибольшие платежи - в первой четверти срока, наименьшие - в четвертой четверти. «Срединные» платежи обычно сравнимы с аннуитетом. Ежемесячно основной долг уменьшается на равную долю, процент же насчитывается на остаток задолженности. Поэтому сумма транша меняется от выплаты к выплате. Этот способ подходит для долгосрочных кредитов и позволяет сэкономить на процентах банку. По видам процентных ставок кредиты делят на:

1) ссуды с фиксированной процентной ставкой, которая не подлежит пересмотру в период действия кредитного договора (применяются, как правило, в краткосрочных кредитах, их достоинство в том, что можно рассчитать свои доходы и расходы);

2) ссуды с плавающей процентной ставкой (зависят от рыночных обстоятельств и могут быть пересмотрены независимо от мнения заемщика).

В современных условиях хозяйствования банкам необходимо учитывать ряд моментов, которые влияют на размер платы, за выданный кредит. К ним относятся:

1) размер базовой ставки процента по ссудам, которые Национальный Банк Республики Казахстан (далее НБ РК) выдает коммерческим банкам (основным инструментом денежно-кредитной политики НБ РК является базовая ставка, устанавливая уровень базовой ставки, НБ РК определяет целевое значение межбанковской краткосрочной ставки для достижения цели по обеспечению стабильности цен в среднесрочном периоде);

2) средняя процентная ставка по межбанковскому кредиту (она учитывается потому, что банкам приходится самим брать в кредит определенные ресурсы для своих операций);

3) средняя процентная ставка по депозитам своих клиентов;

4) структура кредитных ресурсов - этот пункт влияет на размер платы за кредит в силу того, что ресурсы банка частично строятся на привлеченных средствах, и чем выше доля этих средств, тем выше процент по кредиту, клиенту банком;

5) спрос на кредит (увеличение спроса ведет к росту процента по кредиту);

6) срок, вид и обеспеченность кредита.

Кредиты можно подразделить также на однократные и многократные, которые по-другому называются кредитной линией. Отличие кредитной линии, и ее основное преимущество перед однократным кредитом в том, что заемщику нет необходимости проводить переговоры с банком, если он желает взять кредит повторно. Суть кредитной линии заключается в обязательстве банка предоставлять заемщику в течение конкретного срока денежные средства в оговоренных пределах. Однако за кредитором остается право отказаться от кредитной линии до окончания срока действия договора, если у него появятся сведения, что финансовое состояние клиента значительно ухудшилось. Таким образом, банк защищает себя от необоснованного риска невозврата займа. Подобная практика выдачи кредитов получает все большее распространение в Казахстане. Кредитование для банка – это процесс, всегда связанный с возможным риском потери значительных денежных ресурсов. Именно поэтому особенно тщательно анализируются формы обеспечения кредита. Проблема обеспечения кредита коммерческого банка далеко не нова. По мере развития общественного

производства растет не только ее актуальность, но и сложность нахождения приемлемых для практики решений. Развитие технологий и возрастание сложности производственных систем, вовлекая в оборот все большее количество капитала при каждом обновлении цикла создания продукции, не обеспечивают при этом ни адекватного увеличения конкурентоспособности данной продукции, ни повышения вероятности успешного развития бизнеса в целом. Тенденции и проблемы банковского кредитования и обеспечения возвратности ссуд в Казахстане можно отследить на примере АО «Народный банк Казахстана».

Основная деятельность Банка включает выдачу займов и гарантий, привлечение депозитов, операции с ценными бумагами и иностранной валютой, осуществление переводов, операций с денежными средствами, платежными карточками и другие банковские услуги для своих клиентов. Кроме того, Банк действует как агент Правительства по выплате пенсий и бюджетных выплат через свою филиальную сеть. АО «Народный банк Казахстана» предлагает широкий спектр розничных банковских продуктов и услуг, включая ведение текущих счетов, срочные депозиты, потребительские кредиты, ипотеку, кредитные и платежные карты, дорожные чеки, обмен валюты, банковское обслуживание через Интернет-банкинг и мобильный банкинг, а также услуги банкоматов [4]. С целью эффективного управления кредитными рисками в Банке внедрены система риск-менеджмента и действующие бизнес-процессы, учитывающие разделение функций продаж и управления рисками, сформирована организационная структура управления кредитными рисками, включающая в себя коллегиальные органы и подразделения, участвующие в оценке и управлении кредитными рисками. Управление кредитными рисками в Банке достигается посредством:

- «трех линий защиты» – первичного анализа кредитного риска иницирующим подразделением и анализа подразделением управления рисками, контроля со стороны подразделения внутреннего аудита;
- установления лимитов на контрагентов в зависимости от типов (кредитных) операций или продуктов;
- диверсификации кредитного портфеля с целью недопущения чрезмерной концентрации риска на уровне заемщиков и отраслей;
- мониторинга кредитного портфеля для идентификации ухудшения качества на ранней стадии;
- формирования адекватных резервов на возможные потери.

Система принятия кредитных решений в Банке базируется на делегировании Советом директоров соответствующим коллегиальным органам определенных полномочий и установлении для каждого органа лимитов финансирования. По корпоративным заемщикам рассмотрение заявок осуществляется КД. Кредитные заявки, превышающие полномочия КД, а также сделки с лицами, связанными с Банком особыми отношениями, требуют дальнейшего утверждения Советом директоров. По заемщикам МСБ полномочия делегированы ЦПР МБ/ ККФ и ККФС, по вопросам розничного финансирования – ЦПР и РКК. Принятие кредитных решений по стандартным без залоговым розничным заявкам осуществляется посредством специализированного программного модуля, включающего в себя автоматизированный андеррайтинг, проверку по внутренним и внешним базам, скоринговую оценку заявителя и т.д. Нестандартные без залоговые заявки подлежат процедуре кредитного одобрения через ЦПР/РКК. Кредитные комитеты дочерних банков также наделены определенными полномочиями, в рамках которых осуществляется принятие решений. Банком на периодической основе производится мониторинг и, в случае необходимости, пересмотр лимитов самостоятельного принятия решений и полномочий кредитных комитетов дочерних банков.

Одной из основных операций АО «Народный банк Казахстана» является кредитование. Проанализируем динамику кредитного портфеля банка (таблица 1).

Таблица 1

**Динамика кредитного портфеля АО «Народный банк Казахстана» за 2020-2022 гг.
млн. тенге**

	Займы, представленные клиентам	Овердрафты	Резервы на обесценение займов	Займы клиентам
31 декабря 2020г.	1931,218	2,813	286,018	1648,013
31 декабря 2021г.	2477,685	3,498	305,114	2176,069
31 декабря 2022г.	2344,598	0	289,452	2055,146
Примечание - составлено автором на основе данных финансовой отчетности АО «Народный банк Казахстана» [3]				

Как видно из данных таблицы 1, общая сумма займов за вычетом резервов увеличилась на 24,7%, в т.ч. займы, предоставленные клиентам, увеличились за анализируемый период за три года на 413,38 млн. тенге, или 21,4%. Резерв на обеспечение займов увеличился на 3,434 млн. тенге или 1,2%. На 31 декабря 2021 г. годовая процентная ставка по кредитам, взимаемая АО «Народный банк Казахстана» колебалась в диапазоне 12,5% - 22% годовых по тенговым займам, (по состоянию на 31 декабря 2020 г. - 9% - 24%, 31 декабря 2019 г. - 9% - 24%). В иностранной валюте (доллары США), ставка варьировалась в диапазоне 7% - 17% годовых (по состоянию на 31 декабря 2019 г. - 7% -17%, 31 декабря 2020г. - 7% -17%). Однако следует отметить, что ставки по кредитам выросли на 0,5 %, и составила 13,0% по состоянию на 31 декабря 2022 года [3]. По состоянию на 31 декабря 2022 г. банк имел концентрацию займов в размере 515,431 миллиона тенге, что составляло 21% от совокупного кредитного портфеля. По данным займам был создан резерв на обесценение в размере 44,578 миллионов тенге (31 декабря 2021 г. - 60,784 миллиона тенге). В целях управления кредитным риском необходимо оценивать займы с точки зрения их обеспечения. В приведенной ниже таблице 2 представлен анализ текущей стоимости займов в разрезе полученного обеспечения за 2020-2022 гг.

Таблица 2

**Анализ текущей стоимости займов АО «Народный банк Казахстана» в разрезе
полученного обеспечения, млн. тенге**

№ п/п	Виды обеспечения	31 декабря 2020 года	31 декабря 2021 года	31 декабря 2022 года
1.	Гарантии	378, 311	414, 847	511, 561
2.	Денежные средства	123, 875	162, 195	192, 185
3.	Недвижимость или права на владение недвижимостью	707, 582	738, 450	940, 171
4.	Транспорт	24, 747	28,958	70, 227
5.	Сельскохозяйственная продукция	26, 458	1, 502	5, 742
6.	Оборудование	15, 984	9, 834	10, 865
7.	Корпоративные акции	117, 658	115, 320	144, 541
8.	Товарно-материальные запасы (ТМЗ)	31, 046	51,501	48, 313
9.	Смешанное обеспечение	61, 113	12,279	48, 490
10.	Необеспеченные займы	45, 534	68, 987	135, 877
11.	Займы физическим лицам в	273, 248	330, 158	373, 211

	рамках зарплатного проекта			
12.	Займы клиентам	1 482, 245	1 648, 013	2 176, 069
13.	Резерв на обесценение займов	-323,311	-286,018	(305, 114)
Примечание - составлено автором на основе данных финансовой отчетности АО «Народный банк Казахстана» [3]				

Из данных таблицы 2 видно, что основным видом обеспечения по кредитам на протяжении всего анализируемого периода выступает недвижимость или права на владение недвижимостью, ее текущая стоимость за анализируемый период увеличились на 32,9% или с 707,582 млн.тенге в 2020 году до 940,171 млн.тенге в 2022 году. Т.е., по прежнему, в структуре обеспечения займов наибольший удельный вес занимает недвижимость как наиболее стабильный вид обеспечения. В целом, по видам обеспечения наблюдается прирост, особенно можно отметить, прирост в 3,0 раза необеспеченных займов и займов, выданных под залог транспорта - 2,8 раза. Займы в выданные под залог сельскохозяйственной продукции потеряли свою актуальность и резко снизились с 26,458 млн. тенге до 5,742 млн. тенге или 4,6 раза. Также уменьшился объем кредитов под смешанное обеспечение на 20,7%. Следует отметить, что качество ссудного портфеля несколько улучшилось, что сказалось снижением резервов на обесценение займов на 5,6% или 18,197 млн. тенге. Таким образом, что касается, использования форм обеспечения кредитов, то следует отметить, что банк может использовать различные формы обеспечения возвратности кредитов, но прежде всего это зависит от таких факторов как:

- правовая обеспеченность применения конкретных форм;
- наличие предшествующего опыта у кредитора в этой области;
- использование высококвалифицированных юристов, специализирующихся на определенных формах обеспечения;

Обеспечить эффективное управление изменениями в банке позволяет трёхуровневая система защиты:

- на уровне операционных процессов - осуществление ежедневного контроля и управления рисками на основе установленных процессов и управления проектами;

- на корпоративном уровне - формирование понимания об основных областях рисков и контролей и системы мониторинга в банке;

- внутренний аудит, внешний аудит и другие системы мониторинга, которые предоставляют независимую оценку операционной эффективности процессов на первых двух уровнях защиты.

Все вышеописанные методики позволят в большей степени обеспечить возврат банковских займов, чем те методики, которые направлены на реализацию залогового имущества. В существующей практике используется ситуация, что банку абсолютно не выгодно осуществлять реализацию заложенного имущества, намного интереснее получать прибыль от работающего продукта, т.е. кредита. Безусловно риски невозврата займа существуют всегда, поэтому этот риск заложен всегда в процентной ставке, а также в сумме понижающего коэффициента, используемого при определении оценки залоговой стоимости имущества.

Как уже отмечалось выше, основной причиной несвоевременного возврата займа является нецелевое использование банковских займов. Ведь зачастую клиент используя кредитные средства не по назначению попадает в ловушку, из которой выбраться самостоятельно чаще не под силу. В этом случае, банком разрабатывается ряд мероприятий по оздоровлению займа, а уже потом осуществляется процедура реализации заложенного имущества.

Именно на этапе мониторинга целевого использования кредита и оздоровления займа банковская система должна работать так, чтобы затраты банка были минимальны, иначе в целом необходимость оздоровления не имеет никакого смысла.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1.Лаврушин О.И. Банковское дело.- М.: Банковский и биржевой информационный центр,
- 2.Закон Республики Казахстан «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан».- Алматы.: Жеты-жаргы, 1997.-95с.
- 3.Корпоративный сайт АО "Народный Банк Казахстана" - Режим доступа: <http://www.halykbank.kz>
- 4.Кредитная политика АО "Народный Банк Казахстана", утвержденная протоколом заседания Совета Директоров АО "Народный Банк Казахстана" от 01.07.2020 года.
- 5..Официальный сайт Национального банка Республики Казахстан - Режим доступа: <http://www.nationalbank.kz>

АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ПРОЦЕССУ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Арысбай М.М.

КазНУ, 7М11301 «Логистика (по отраслям)»

студент 2^{го} курса

Научный руководитель: Товма Н.А.

Аннотация

В данной статье проводится исследование современных принципов трансформации экономики Казахстана в логистической области. Подробно рассматриваются проблемы государственных заказов, их выполнения и реализации. Выявляются недостатки в фармацевтике и предлагаются пути решения проблем отрасли и обеспечения медицинской промышленности лекарственными препаратами для оказания неотложной помощи пациентам государственного здравоохранения.

Введение

На нынешней трансформационной фазе экономики Казахстана, когда курс на ускоренное развитие современного и креативного не совсем устоялся, становится все более очевидным, что без модернизации экономики победить специализированную и механическую отсталость важнейшей части реальной сферы экономики будет проблематично.

Модернизация - это восстановление специализированного фундамента экспресса, преобразующее улучшение всего общества. Это не просто шикарный девиз, это вытянутый ментальный шаблон для жителей штата, устанавливающий то, что может быть наиболее идеальным.

До этого момента курс на модернизацию экономики Казахстана является тщеславным предприятием для страны, в котором ЕБРР берет на себя уникальную роль крупнейшего финансового спонсора в создании фондов и предприятий, не связанных с активами. При поддержке Банка осуществляются значительные проекты, такие как продвижение глобального транспортного коридора "Западный Китай - Западная Европа", 2700 километров которого проходят через территорию Казахстана, строительство которого планируется завершить к 2013 году, и модернизация электрических организаций. Казахстан делает все возможное, чтобы создать самую благоприятную венчурную среду в регионе. Согласно отчету Всемирного банка за 2010 год, Казахстан воспринимался как предвестник изменений в свете законной озабоченности бизнеса.

В рейтинге стран с наиболее благоприятной бизнес-средой на планете нация занимает 59-е место среди 183 стран мира. Кроме того, Казахстан стремится к дальнейшему фундаментальному развитию этого маркера.

С запуском ассоциации *craftedbytheTraditions* и дальнейшим созданием единого денежного пространства между Казахстаном, Россией и Беларусью качество привлечения инвестиций в Казахстане также существенно возрастает, и это новые открытые двери для

модернизации, а также в отношении внутреннего и внешнего обращения с нерафинированными компонентами и улучшения нашей экономики.

Оказалось, что фармацевтическая деятельность, по сути, находится не в лучшем положении за пределами применения логистики. Актуальность вопроса использования логистики в фармацевтике определяется этим, что объясняет выбор темы диссертации.

Целью данного доклада является разработка важных теоретических положений и практических анализов, обусловленных на организацию и управление процессом товародвижения фармацевтической продукции на основе выбранных методов и принципов логистического подхода.

Следствием продуктивной государственной стратегии является повышение значимости продуктов отечественного производства и устранение незнакомых аналогов в близлежащих секторах бизнеса, например, предприятие по производству растительного масла "Батыс Кунбагыс" в Западно-Казахстанской области, которое было реализовано в 2009 году, было полностью поддержано план расходов по соседству и ТРЦ "Oral" (40% сотрудничества) с использованием трендовых инноваций и европейского оборудования организации SINEKO. Батыс Кунбагыс получил значительную помощь в рамках системы программы "Путеводитель 2020": была проложена фасадная дорога к заводу. Более того, впоследствии у нашего населения появится возможность покупать западноказахстанскую нефть по цене, которая на 15-20 процентов разумнее, чем российские и казахстанские аналоги.

Литературный обзор

В. В. Ефимов и Т. В. Барт в своей работе под названием "Статистические методы в управлении товародвижением" [1] указали что, в условиях жесткой конкуренции между производителями и поставщиками фармацевтических товаров, нестабильных финансовых условий и, как правило, неудовлетворительной административной стратегии организация, которая будет способна не только точно определять рыночную специализацию предлагаемых ею лекарств, способствовать разумной процедуре оценки, серьезным процедурам, методам продвижения товара, но и предвидеть модели улучшения государственной экономики. В таких обстоятельствах становится практичным и важным привлекать достижения руководителей для комплексного изучения рынка лекарств.

Обширное исследование рынка лекарств можно разделить на два основных компонента: экологическую экспертизу и конкуренцию. Первый позволяет вам оценить предполагаемые крупномасштабные факторы, то есть факторы, на которые ни один из участников рынка не может свободно влиять. Они включают, например, элементы общего объема национального производства, степень расходов на медицинское обслуживание, показатели использования лекарств на душу населения во всей стране, модели административного устройства и так далее.

Более того, Зауре Клышбаева в работе «Развитие фармацевтической промышленности Республики Казахстан» [2] заключила, что в условиях жестокого соперничества между производителями и поставщиками лекарственных средств, нестабильных финансовых обстоятельств и возникновении сомнений очевидности управленческих приемов ассоциация, которая будет способна не только точно определить рыночную специализацию предлагаемых ею лекарств, продвигать разумную систему оценки, серьезную методологию, стратегии продвижения товара, но в дополнение к этому сделать прогноз модели дальнейшего развития. В таких условиях становится разумным и необходимым привлечь внимание директоров к исчерпывающему исследованию рынка лекарственных средств.

Широкое изучение рынка лекарственных средств можно разделить на две основные части: экологическую пригодность и исследование конкуренции. Первый позволяет вам оценить обычные факторы огромного масштаба, то есть факторы, на которые ни один из участников рынка не может открыто повлиять. Они включают, например, компоненты общего объема общественного творчества, уровень использования в клинических условиях, показатели использования лекарств на душу населения по всей стране, модели авторитетного построения и т.д.

Основная проблема решается за счет использования систем контроля уровня запасов, которые предоставляют правлению необходимые функциональные данные об элементах их исполнения и текущем статусе.

Существующие системы контроля запасов варьируются от наименее сложных до наиболее запутанных, в зависимости от размера предприятия, стратегии правления и инноваций, объема, типов и различных особенностей магазинов.

Обычные рамки контроля запасов - это рамки в свете использования запасов "красной линии". Суть активов заключается в том, чтобы установить предел критической точки, ниже которого уровень запасов не должен опускаться. В момент, когда достигается это ограничение, соответственно позиционируется другой запрос.

Методология исследования

В нынешних финансовых условиях движение наркотиков должно основываться на стандартах и стратегиях скоординированных операций - это общая предпосылка, однако результаты отечественного производства наркотиков должны превратиться в чрезвычайную проблему скоординированных операций. Таким образом, реально обсудить скоординированную поддержку факторов для товаров отечественного производства на всех этапах создания и распространения,

В отличие от запланированных операций, продвижению в медицинской помощи уделяется значительно больше внимания.

Демонстрация исследований, нацеленных на планируемые операции с наркотиками, должна включать сопутствующие вопросы: - экологическая проверка района, - эпидемиологические условия местности, - сегментные условия и застройка местности, - показатели благосостояния населения, - уровень деловой активности, - показатели социально слабых фрагментов населения, - объединение системы социального обеспечения, - состояние резервов охвата медицинским обслуживанием, - дизайн клинических и профилактических учреждений, - состояние клинической оценки, - расположение района с организацией аптеки, - доступность исключительных проектов для работы над здоровьем населения, - созданных великодушными учреждениями, - объем государственных и гражданских закупок лекарств, - степень выполнения требований к лекарственным средствам, - состояние лекарства рынок - степень погруженности привлекательной массы, - доля отечественных и импортных лекарственных средств, - обычаи соседей, отношение населения к нормам солидного образа жизни, - состояние и жизнеспособность клинической практики и продвижения лекарств, - элементы местного регулирования медицинской помощи, включая систему сбора налогов, и так далее.

Демонстрационные данные, полученные в рамках этого плана, дают абсолютно полное и достоверное представление о рынке клинических пособий и, в частности, о реальной и вероятной потребности в лекарственных средствах - все это вместе взятое позволит нам сформировать специально разработанную сеть скоординированных факторов эмоциональной поддержки для отечественной фармацевтической промышленности.[4]

Поддержка скоординированных факторов - это многогранная идея, которая включает в себя весь арсенал боеприпасов для общих и утилитарных запланированных операций, который выполняется в качестве поддержки стратегий в ходе разработки продуктов, фонда скоординированных факторов и руководителей. По этой причине денежные потоки, протекающие по кругу создания и распространения наркотических средств, выделяются в качестве объектов для руководителей. Среди этих потоков в качестве фреймворков, находящихся под бесплатным надзором, признаются продуктовые потоки лекарств отечественного производства.

Результаты и дискуссия

Чтобы гарантировать качество, торговая организация должна постоянно проводить внутренние проверки своих продуктов на соответствие требованиям. При проведении экзаменов следует учитывать доступность важных отчетов в непосредственной близости,

связанных с распределительным центром, делегированными наборами обязательств, правилами и другими централизованными записями.

Опросы могут проводиться работниками уцененной торговли лекарствами, непосредственно завершающими расследование практики ассоциации в соответствии с полезными предложениями, различными агентами в соответствии с администрацией организации, а также независимыми экспертами по предмету. Повторение все еще витает в воздухе в отношении администрации организации, результаты проверок формализуются как договоренность и доводятся до сведения каждого заинтересованного лица. В ходе последующих проверок проверяется выполнение предложений прошлых экспертиз и их полнота.[3]

В зависимости от того, в каком сегменте предполагается развитие сквозного материального потока (из практического региона), признайте операции по приобретению (предоставление ассоциациям материальных активов), факторы координации создания (контроль за материальными потоками внутри предприятий, которые производят товары или предоставляют администрации складирования, и так далее), стратегии распределения (перенос готовых товаров в клиент), складские операции.

Жизненно полезными подсистемами, запомнившимися для исследования области операций, являются: - фундаментальные (поставка, создание, сделки); - ключевые (соблюдение рекомендаций по оказанию помощи клиентам, транспортировка, приобретение совета директоров, запасов, заказов, оценка); - вспомогательные (складирование, забота о грузе, защитная комплектация; гарантия прибытие товара, данные).

Выводы

Информация о скоординированных операциях позволяет аптечным ассоциациям фактически заниматься разработкой потоков материалов и данных от основного источника до последнего клиента с незначительными затратами.

Материальные, денежные потоки и потоки данных на их пути через различные соединения с центрами создания, транспортировки и распределения. Впоследствии, в зависимости от утилитарного региона, распознаются отдельные области согласованных факторов: сделки, получение, транспорт, распределительный центр и так далее.

Скоординированные операции руководителей лежат в основе выполнения цикла создания таким образом, чтобы наилучшим образом удовлетворить ожидания клиентов с незначительными затратами. Использование стратегий operations the executives позволяет вам предвидеть материальные потоки, развивать скоординированные системы управления факторами, улучшать запасы и выполнять различные поручения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. В.В. Ефимов, Т.В. Барт. Статистические методы в управлении качеством продукции. – М.: КноРус, 2012. – 240 с.
2. Зауре Клышбаева. Развитие фармацевтической промышленности Республики Казахстан. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. – 248 с.
3. Маргарита Флорес. Эффективная модель развития отечественной фармацевтической отрасли. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2014. – 96 с.
4. И.М. Ободовский. Радиационные технологии. Применения в лабораторных исследованиях, материаловедении и нанотехнологиях, промышленности. Учебное пособие. – М.: Интеллект, 2015. – 296 с.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕР В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рамазан У.Т.

КазНУ имени аль-Фараби, ВШЭБ
«Международный менеджмент», магистрант 2-курса

Научный руководитель: Тургинбаева А.Н.
д.э.н, профессор

Введение

Возникновение кризисной ситуации и разработка путей выхода из нее прошли стадию развития в каждой стране по своей эволюции. Первоначально существовало отрицательное представление о том, что антикризисное управление применяется на предприятиях только при возникновении кризисной ситуации, однако впоследствии пришло убеждение, что антикризисное управление важно в любом экономическом цикле каждого предприятия.

Цель работы – изучить зарубежный опыт реализации мер по выходу предприятия из кризисной ситуации. Зарубежный опыт реализации мер по выходу предприятия из кризисной ситуации отличается многообразием утвержденных в каждой стране норм, регулирующих законов, компетентных органов, применяемых процедур, методов и приемов. Исследовательская работа определяет понятие кризиса и его роль в социально-экономическом развитии предприятия. Представлен зарубежный опыт методики выхода из кризисной ситуации.

Литературный обзор

Кризис – это ситуация ограниченных возможностей предприятия, вызванная различными внешними и внутренними факторами, связанная со снижением платежеспособности, общих финансовых показателей предприятия. В кризисной ситуации многие предприятия решают проблему за счет продажи активов, сокращения персонала, увольнений. Понятие кризиса определяется авторами следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

Определения понятия кризиса

Автор	Определение кризиса
Файншмидт Е. А.	Кризис – это процесс разрушения равновесия саморегулирующейся системы, который сопровождается исчезновением стабильности и может привести к сбою или остановке системы.
Иванов Г.П.	Кризис – это непредвиденное обстоятельство, которое угрожает основной системе управления предприятием.
Коротков Э.М.	Кризис – окончательное обострение развития; развивающиеся риски ликвидации и банкротства; поворотный момент в процессе развития.
Макиавелли Н.	Кризис – это нестабильная и критическая ситуация, которая угрожает радикальными негативными изменениями.
Кумбс У.Т.	Кризис – это усложнение процессов, приводящее к радикальному исчезновению предприятия, угрожающее его партнерам, персоналу, заинтересованным сторонам, размеру активов, имиджу предприятия и руководителя, целям и миссиям предприятия.
Примечание – составлено автором на основе литературы [1,2,3,4,5]	

К первым признакам возникновения экономического кризиса относятся: резкое ухудшение качества выпускаемой предприятием продукции [5], нехватка сырья и материальных ценностей, нестабильность персонала, снижение цен, сокращение объемов производства, ухудшение качества работы, отсутствие спроса, отток потребителей.

А так же о возникновении кризиса на предприятиях, его причинах, проблемах проведения предупредительной, профилактической работы, проблемах эффективной организации антикризисного управления написано в работах следующих авторов: Беляев С. Г., Кошкин В. И., Бэй Ма, Цзин Чжан, П. Г. Белов.

Методология исследования

Материальной базой исследовательской работы являются данные зарубежных развитых компаний. В ходе исследования были использованы следующие методы исследования: обзор и анализ литературы по теме исследования, обобщение.

Результаты и дискуссия

Участие государства считается важным в антикризисном управлении, и функции, которые государство выполняет в зарубежной практике антикризисного управления, следующие [2]:

1. Разработка и утверждение законодательства о несостоятельности и банкротстве, определение последовательности процедур и компетентных регулирующих органов на основе законодательства;
2. Информационное обеспечение, ведение статистического учета предприятий, признанных банкротами;
3. Разработка нормативных правовых актов и инструкций-предложений по проведению процедур банкротства;
4. Осуществление контроля.

Обзор зарубежной практики антикризисного управления проводится путем анализа особенностей антикризисного управления и опыта выхода из кризиса крупных компаний в США, Канаде, Великобритании, Японии, Южной Кореи.

1. Антикризисное управление в США отличается наличием трастов (доверительного управления). Закон о банкротстве в США был скорректирован в 1800 году на основе Закона О предотвращении мошенничества с банкротством, первого в истории закона О банкротстве Георга 2, принятого в 1732 году. Главным органом по регулированию банкротства в США с 1983 года считались трасты – государственные федеральные арбитражные управляющие. Трасты занимаются полным контролем за процедурами банкротства и отбором, оценкой арбитражных управляющих, контролем за отсутствием нарушений. Также регулирование банкротства осуществляется в США национальными ассоциациями 5 антикризисных управляющих. В США в среднем происходит 1,3 млн банкротств в год, из которых примерно в 1,25 млн случаев возникает вследствие увеличения расходов предприятий [3]. Специфика антикризисного управления в США в целом характеризуется проведением процедур банкротства в строгом порядке.

2. Система антикризисного управления в Канаде отличается:
- освобождение от обязательств для предприятий, играющих важную роль в экономике страны;
 - создание условий для восстановления платежеспособности должника;
 - последовательное и справедливое погашение требований кредиторов на основе продажи собственности должника;
 - информационное обеспечение, ведение статистического учета предприятий, признанных банкротами.

Этапы процедур несостоятельности в Канаде носят следующий характер (табл. 2):

Таблица 2

Этапы процедур несостоятельности в Канаде

№	Описание этапа процедур несостоятельности
1	Первый этап характеризуется подачей должником заявления о признании себя банкротом, поданного на официальном ресивере по месту жительства предприятия. В заявлении приводятся реквизиты предприятия, юридическая информация о собственности, официальные финансовые данные.
2	Траст созывает заседание кредиторов и докладывает кредиторам об осуществлении собственности должника и финансовых поступлениях от него. По итогам заседания кредиторов для контроля за предприятием-должником назначаются инспекторы.
3	Имущество предприятия-должника продается и на официальном ресивере сдается отчет по поступлениям и платежам.

4	Официальный получатель направляет в суд отчет со своим заключением, после чего выносятся решение суда.
5	Траст распределяет выручку от продажи собственности кредиторам, обращается в суд с ходатайством об окончании своего дела и освобождении от дела.

Участниками процедур несостоятельности в Канаде считаются администратор, официальный Ресивер, трасты, суд и регистраторы, инспектор, кредитор, предприятие-должник. Существует 2 возможных способа проведения процедур несостоятельности предприятия: банкротство или финансовое оздоровление.

3. Великобритания имеет многолетний опыт антикризисного управления. Законодательное регулирование случаев кризиса, несостоятельности, банкротства систематизировано и имеет несколько регулирующих законов и положений: закон о несостоятельности, закон о компаниях, закон о финансовых услугах на рынке, законодательство о несостоятельности и т. д. процедуры банкротства в Великобритании и в РФ носят следующий характер (рис. 1):



Рисунок 1 -Процедуры банкротства в Великобритании и РФ

Согласно рисунку 1, процедуры банкротства в Великобритании проводятся по 5 направлениям: добровольная ликвидация должника, ликвидация по решению кредиторов, принудительная ликвидация, корпоративное мировое соглашение и административное управление.

4. Кризис в Японии был вызван экономическим кризисом в Азии, который начался в 1997 году. Промышленные предприятия в стране задерживали заработную плату и были бессильны оплачивать свои обязательства, а финансовое положение банков также резко ухудшалось.

Кризис в Японии, также называемый «потерянным десятилетием», является причиной того, что Япония в этот период несколько отстала от стран мира по экономическим показателям. В этом случае японское правительство взяло на себя управление на микро, марко-уровне и организовало комплексное антикризисное управление. В 2000 году он разработал 7 идентичных законов в качестве основы для антикризисного управления, а также основал корпорацию промышленного оздоровления Японии.

5. Корейская компания по управлению активами (Korea Asset Management Company) была основана в Южной Корее с целью предотвращения процедур банкротства. К услугам компании относятся:

- создание условий для мирового соглашения;
- предоставление финансовых гарантий, проведение переговоров с банками по финансированию промышленных предприятий;
- проведение мероприятий по санации предприятий с высокой долей в ВВП.

По состоянию на конец сентября 2008 г. внешняя задолженность Республики Корея достигла рекордной величины в 425,1 млрд. долл. США, что на 4,5 млрд. долл. США больше, чем тремя месяцами ранее. По данным Банка Кореи, рост задолженности связан с увеличением объемов внешних заимствований, осуществляемых корейскими банками и компаниями. 189,4 млрд. долл. США, или 44,6 процента от общего размера внешнего долга.

В Казахстане произошел кризис последствий пандемии COVID-19 в глобальном масштабе. В связи с этим с 16 марта по 11 мая 2020 года в стране введено чрезвычайное положение. Этот период стал серьезным ударом для субъектов бизнеса, так как предприятия общественного питания, магазины, торговые центры и т.д. работали только в определенном режиме, соответственно, прибыльность бизнеса снизилась. За тот же период увеличилось количество индивидуальных предпринимателей (102630 ИП), временно прекративших работу, и лиц, оставшихся без работы (454,8 тыс. человек). Уровень инфляции в стране составил 7,3%. Последствия пандемического кризиса нанесли серьезный ущерб туристической, авиационной, нефтяной промышленности страны.

Для улучшения общей экономической ситуации из бюджета выделено 6 трлн тг, приняты меры по субсидированию пострадавших отраслей экономики, по отсрочке кредитам населения и предпринимателей.

Исходя из сложившихся рыночных условий, особенностей управления, каждая страна имеет свою систему антикризисного управления и, исходя из лучшей практики, связанной с изменением рыночных условий, происходит пересмотр и изменение законодательства [4].

На основе зарубежного опыта реализации мер по выходу предприятия из кризисной ситуации будем рассматривать кейсы успешного выхода крупных компаний из кризиса.

1. Транснациональная компания Samsung Electronics в 1997 году находилась в кризисе из-за экономического кризиса в Азии и неспособности погасить ссуду на сумму 18 миллиардов долларов США. Обязательства предприятия превысили капитал в 3 раза. Компания начала меры по выходу из кризиса с оптимизации затрат: компания продала и исключила из состава 57 дочерних компаний; отменила членские билеты в гольф-клуб, которые она предоставляла сотрудникам; уволили 100 водителей служебных автомобилей и, главное, отказались от принципа "пожизненного найма" сотрудников, численность сотрудников сократилась на 30 тысяч. Таким образом, компания сэкономила 430 млн долларов только на заработной плате [5].

2. San Miguel – крупнейшая филиппинская компания по производству напитков, продуктов питания. На компанию приходится 4% валового внутреннего продукта Филиппин и 6% налоговых поступлений [5]. В 1997 году Компания пережила кризис в результате снижения рентабельности капитала и неэффективного использования активов. Руководство компании разработало финансовую стратегию для стабилизации финансового положения. Мероприятия по преодолению кризиса следующие: оптимизация операций и управления капиталом; проведение маркетинговых кампаний и дистрибуции на филиппинском рынке; сокращение персонала; совершенствование управления капиталом; отказ от неэффективных активов; подбор ассортимента производимой продукции и выпуск новой продукции; увеличение производства упаковки продукции.

В результате проведенных мероприятий компания за короткий срок успешно вышла из кризисной ситуации, улучшила финансовые показатели, повысила производительность труда и эффективность управления в компании.

Выводы

Результаты лучших зарубежных практик кризисных мер можно подытожить следующим образом:

– кризис в крупных компаниях во многом вызван мировым кризисом и влиянием факторов внешней среды;

– основными внутренними причинами возникновения кризиса являются неэффективность затрат, активов, системы управления;

– эффективными мерами по зарубежному опыту выхода из кризиса являются оптимизация затрат, модернизация, дистрибуция, диверсификация, сокращение персонала, внедрение инновационных технологий;

– в случае непринятия соответствующих мер предприятие становится несостоятельным и банкротится, а процедуры банкротства проводятся компетентным органом в соответствии с законодательством.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Файншмидт Е.А. Кризис-менеджмент: Учебное пособие. – Москва, 2014. – 201 с.
2. Иванов Г.П., Беляев С.Г., Кошкин В.И. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / под ред. Г.П. Иванова. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1995. – 320 с.
3. Коротков Э.М. Антикризисное управление: учебник для бакалавров / Э.М.Коротков. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 406 с.
4. Макиавелли Н. Государь. – М.: ЛитРес, 2017. – 340 с.
5. Coombs W.T. Ongoing crisis communication: planning, managing and responding; University of Central Florida. – Los Angeles: SAGE, 2015. – 240 p.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЖАЙ-КҮЙІН БАҒАЛАУ АРҚЫЛЫ ТИІМДІ ШАРАЛАР ҰСЫНУ

Амантай А.А.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
ЭЖБЖМ факультеті,
менеджмент мамандығы, I курс

Ғылыми жетекшісі: ТуребековаБ.О.
э.ғ.к., аға оқытушы

Андатпа

Ғылыми мақалада еліміздегі кәсіпорындардың қаржылық жай-күйін бағалаудың негізгі мәселелері мен қазіргі жағдайы қарастырылады. Ол үшін нақты кәсіпорындар мысалы ретінде «Kazakhmys Corporation», «Kcell», «Astana International Hotel» және «Kazakhtelecom» жауапкершілігі шектеулі серіктестер алынды. Жүргізілген талдаулар мен диагностика нәтижелері негізінде кәсіпорынның қаржылық жай-күйін жақсарту шаралары ұсынылды.

Кілт сөздер: қаржылық жай-күй, кәсіпорын, бағалау, талдау, диагностика.

Қазіргі замандағы нарықтық экономикалық жағдайларда кәсіпорынға қоршаған орта тарапынан және кәсіпорынның ішкі факторларының салдарынан көптеген қауіп-қатерлер төнуі мүмкін. Бұл қауіп қатерлер өзге кәсіпорындармен бәсекелестіктен, техникалық және бағдарламалық құралдарды заңсыз қолданумен, елдегі түрлі саяси және экономикалық тұрақтылықтың болмауымен сонымен қатар кәсіпорынның бизнес-модельді, стратегиялық жоспарларды дұрыс құрмауымен байланысты. Сондықтан, менеджерлерге кәсіпорынды басқарумен қатар компанияның жай-күйін әрдайым диагностикалау арқылы қауіпсіздікті қамтамасыз ету сұрақтары жүктелуі керек. Кәсіпорынның жай-күйін диагностикалау терең және көпқырлы. Оны көптеген көрсеткіштерге сай, атап айтсақ қаржылық тұрақтылыққа, материалдық, адам ресурстарына және т.б. параметрлермен диагностикалауға болады. Біз зерттеу жұмысымызда осы көрсеткіштердің әр қайсысына тоқтала отырып кәсіпорынның жай-күйін диагностикалауды және анықталған қауіп қатерлерге сай даму стратегиясын құрудың жолдарын, маңызын және мәнін зерттей отырып кәсіпорынның стратегиялық дамуы бойынша ұсыныстар әзірлейтін боламыз [1].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайы оның жалпы жағдайы мен өміршеңдігінің маңызды көрсеткіші болып табылады. Бұл ұйымның қаржылық міндеттемелерін орындау, пайда табу

және ұзақ мерзімді перспективада тұрақты қаржылық жағдайды сақтау қабілетін көрсетеді. Осылайша, негізделген шешімдер қабылдау үшін қаржылық ақпаратқа сүйенетін инвесторлар, несие берушілер және басқа да мүдделі тараптар үшін кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау өте маңызды [2].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалаудың бірнеше әдісі бар, соның ішінде қаржылық есептілікті талдау, коэффициенттерді талдау және ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есептерді қарау. Қаржылық есептілік компанияның белгілі бір кезеңдегі қаржылық жағдайына, қызмет нәтижелеріне және ақша ағындарына шолу жасайды. Бұл есептерге бухгалтерлік баланс, кірістер туралы есеп және ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп кіреді [3].

Бухгалтерлік баланс – бұл белгілі бір уақытқа компанияның активтерінің, міндеттемелерінің және меншікті капиталының суреті. Ол компанияның қанша сомаға иелік ететінін (активтер) және қанша қарыз (міндеттемелер) екенін көрсетеді. Активтер мен міндеттемелер арасындағы айырмашылық компанияның таза құнын білдіретін меншікті капиталды білдіреді. Бухгалтерлік баланс компанияның өтімділігін, төлем қабілеттілігін және жалпы қаржылық жағдайын бағалауға көмектеседі.

Кірістер туралы есеп компанияның белгілі бір кезеңдегі кірістерін, шығыстарын және таза пайдасын көрсетеді. Бұл кірістерді шегеру арқылы компанияның қаншалықты тиімді екенін көрсетеді. Кірістер туралы есеп компанияның кірістілігін, тиімділігін және өсу әлеуетін бағалауға көмектеседі [4].

Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп компанияның белгілі бір кезеңдегі ақша қаражаттарының түсуі мен кетуін көрсетеді. Бұл компанияның қаржылық міндеттемелерін орындау үшін қажетті қолма-қол ақшаны қалай жасайтынын және пайдаланатынын көрсетеді. Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп компанияның қолма-қол ақша жасау, айналым капиталын басқару және өсу мүмкіндіктеріне инвестициялау қабілетін бағалауға көмектеседі [5].

Коэффициенттерді талдау – бұл кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалаудың тағы бір пайдалы құралы. Коэффициенттер компанияның нәтижелері мен оның қаржылық жағдайы туралы түсінік алу үшін әртүрлі қаржылық көрсеткіштерді салыстырады. Мысалы, ағымдағы коэффициент компанияның ағымдағы активтерін оның ағымдағы міндеттемелерімен салыстырады, бұл оның қысқа мерзімді қарыздарды өтеу қабілетін көрсетеді. Қарыздың меншікті капиталға қатынасы компанияның жалпы қарызын оның меншікті капиталымен салыстырады, бұл оның қарызды қаржыландыруға тәуелділігін көрсетеді. Меншікті капиталдың кірістілік коэффициенті компанияның таза кірісін оның меншікті капиталымен салыстырады, бұл оның меншікті капиталына қатысты кірістілігін көрсетеді [6].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау қаржылық есептілікті мұқият түсінуді, коэффициенттерді талдауды және ақша ағындарын басқаруды талап етеді. Ол сондай-ақ саланы және компанияның қаржылық көрсеткіштеріне әсер етуі мүмкін экономикалық факторларды түсінуді талап етеді. Сондықтан жан-жақты қаржылық талдау мен кеңес бере алатын қаржылық сарапшылар тобының болуы өте маңызды.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау үшін Қазақстан нарығындағы бірнеше компанияларды мысал ретінде қарастырайық.

Мыс және басқа металдарды өндірумен айналысатын Қазақстанның ұлттық компаниясы – «Kazakhmys Corporation» (Қазақмыс Корпорейшн) мысалын қарастырайық.

Оның жылдық қаржылық есебіне сүйене отырып, біз оның қаржылық жағдайын талдай аламыз. Мысалы, 2020 жылы компания жалпы кірісі 1,037 миллиард долларды құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 16% - ға аз. Алайда, компанияның пайдасы 54% - ға өсіп, 329 миллион долларға жетті.

Қаржылық көрсеткіштерді талдау арқылы компанияның тиімділігі мен тұрақтылығының негізгі көрсеткіштерін есептеуге болады. Мысалы, компанияның ағымдағы активтеріне 1,6 миллиард доллар ұзақ мерзімді міндеттемелері болды, бұл компанияның

қарыздың жоғары деңгейіне ие екендігін көрсетеді. Алайда, тауарлық-материалдық қорлардың айналымы мен дебиторлық берешектің көрсеткіштері айтарлықтай жоғары болды, бұл компанияның айналым капиталын тиімді басқаруды көрсетеді.

Сондай - ақ, «KazakhmysCorporation» жағдайында активтердің рентабельділігі, сатудың рентабельділігі және т.б. сияқты түрлі көрсеткіштерді пайдалана отырып, компанияның рентабельділігіне талдау жүргізуге болады, активтердің рентабельділігі 5,5%, ал сатудың рентабельділігі 31,7% құрады.

«Kazakhmys Corporation» қаржылық жай-күйін бағалау негізінде шешімдер мынадай болуы мүмкін:

1. Жаңа кен орындарын өндіруге және игеруге инвестицияларды ұлғайту: Компания болашақта пайданың өсуін қамтамасыз ету үшін жаңа кен орындарын игеруге инвестицияларын ұлғайту туралы шешім қабылдауы мүмкін. Алайда, шешім қабылдағанға дейін мыс кені нарығына сұраныстың тұрақты болып қалуын қамтамасыз ету үшін талдау жүргізу қажет.

2. Жалпы қарызды азайту: Компания қарызға тәуелділікті азайту және қаржылық тұрақтылықты арттыру үшін жалпы қарызын азайту туралы шешім қабылдауы мүмкін. Алайда, мұндай шешімнің ықтимал салдарын ескеру қажет, мысалы, компанияның өтімділігінің төмендеуі.

3. Қосымша капиталды тарту: Компания өз жобаларын қаржыландыру үшін қосымша капиталды тартуға шешім қабылдауы мүмкін. Мысалы, компания инвесторларды тарту үшін жаңа акциялар немесе облигациялар шығаруы мүмкін. Алайда, мұндай шешім компанияның нақты акционерлерінің diluted мөлшеріне әкелуі мүмкін екенін ескеру қажет.

4. Компанияның стратегиясын өзгерту: компанияның қаржылық жағдайын талдау негізінде оның стратегиясының өзгеруін тұтастай қарастыруға болады. Мысалы, компания өзінің мақсатты аудиториясын өзгерту немесе басқаларға назар аудару туралы шешім қабылдауы мүмкін кен түрлері. Алайда, мұндай шешім қабылдау нарық пен бәсекелестік ортаны байыпты талдауды қажет етеді.

Осылайша, компанияның қаржылық жағдайын талдау оның қаржылық тұрақтылығы, тиімділігі және даму перспективалары туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Бұл ақпарат инвесторлар, несие берушілер және Компания туралы білімді шешім қабылдағысы келетін басқа мүдделі тараптар үшін пайдалы болуы мүмкін.

Қазақстанның ұлттық компаниясының тағы бір мысалын қарастырайық - елдегі жетекші ұялы байланыс операторларының бірі болып табылатын «Kcell» (Кселл).

Компанияның 2020 жылғы жылдық қаржылық есебінен келесі көрсеткіштерді бөліп көрсетуге болады:

– Компанияның кірісі 278,8 млрд теңгені (шамамен 651 млн доллар) құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 1,3% - ға аз.

– Компанияның таза пайдасы 67,8 млрд теңгені (шамамен 158 млн доллар) құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 25,8% - ға артық.

– Компанияның берешек деңгейі 192,6 млрд теңгені (шамамен 449 млн доллар) құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 3,3% - ға артық.

– Сондай-ақ, Компания өз активтерін пайдалану тиімділігінің жоғары деңгейін көрсетті, активтердің кірістілігі 22,3%.

Осы көрсеткіштерді талдау «Kcell» тұрақты нәтижелерді көрсетеді және тиімділіктің жоғары деңгейіне ие деген қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Компания кірісінің төмендеуіне қарамастан, оның кірістілік деңгейі өсті, бұл шығындарды басқарудың жақсаруына байланысты болуы мүмкін.

Сондай-ақ, компанияның қарыз деңгейі өсті, бұл белгілі бір тәуекелдерді тудыруы мүмкін, алайда қарыздың жалпы деңгейі тым жоғары емес деңгейде қалады.

Kcell компаниясының қаржылық жағдайын бағалау негізінде келесі шешімдерді қарастыруға болады:

1. Шығындарды оңтайландыру: Компания өзінің кірістілігін арттыру үшін шығындарын оңтайландыру туралы шешім қабылдауы мүмкін. Мысалы, жарнама, маркетинг және басқа операциялық шығындарды азайту туралы ойлануға болады. Алайда, мұндай шешім компанияның қызмет сапасының төмендеуіне әкелуі мүмкін екенін ескеру қажет.

2. Жаңа қызметтерді дамыту: Компания кірісін арттыру үшін жаңа қызметтерді дамытуды шеше алады. Мысалы, пайдаланушылар арасында танымал болуы мүмкін жаңа қосымшалар мен қызметтерді әзірлеуді қарастыруға болады. Алайда, мұндай шешім қосымша инвестицияларды қажет ететінін ескеру қажет.

3. Маркетингтік инвестицияларды көбейту: Компания көбірек клиенттерді тарту және нарықтағы үлесін арттыру үшін маркетингтік инвестицияларды ұлғайту туралы шешім қабылдауы мүмкін. Мысалы, жарнамалық науқандарды көбейту немесе жаңа маркетингтік стратегияларды енгізу туралы ойлануға болады. Алайда, мұндай шешім айтарлықтай шығындарды қажет ететінін ескеру қажет.

4. Жаңа серіктестіктерді дамыту: Компания өзінің клиенттік базасын ұлғайту және қызметтерінің сапасын жақсарту үшін жаңа серіктестіктер құруды шеше алады. Мысалы, технология немесе медиа саласындағы басқа компаниялармен ынтымақтастықты қарастыруға болады. Алайда, мұндай шешім іске асыру үшін айтарлықтай инвестициялар мен уақытты қажет етуі мүмкін екенін ескеру қажет.

Жалпы, «Kcell» қаржылық жағдайын талдау компанияның тұрақтылығын және оның одан әрі даму қабілетін бағалауға мүмкіндік береді. Бұл ақпарат инвесторлар, несие берушілер және басқа мүдделі тараптар үшін компанияға қатысты шешім қабылдауда пайдалы болуы мүмкін.

«AstanaInternationalHotel» ЖШС мысалында компанияны қаржылық бағалаудың тағы бір мысалын қарастырайық. Компанияның жылдық есептерінен алынған 2020 және 2021 жылдардағы кейбір қаржылық көрсеткіштерін келтірейік:

Кесте 1

«Astana International Hotel» ЖШС қаржылық жағдайы

Қаржылық көрсеткіш	2020 ж	2021 ж	+/-өзгеріс
Кіріс, мың теңге	7 726 707	5 511 703	-2 215 004
Таза пайда, мың теңге	2 041 148	3 239 078	+1 197 930
Сату рентабельділігі, %	26,4%	58,8%	+32,4%
Жалпы берешек, мың теңге	30 905 081	44 395 290	+13 490 209
Меншікті капитал, мың теңге	6 142 155	2 696 634	-3 445 521

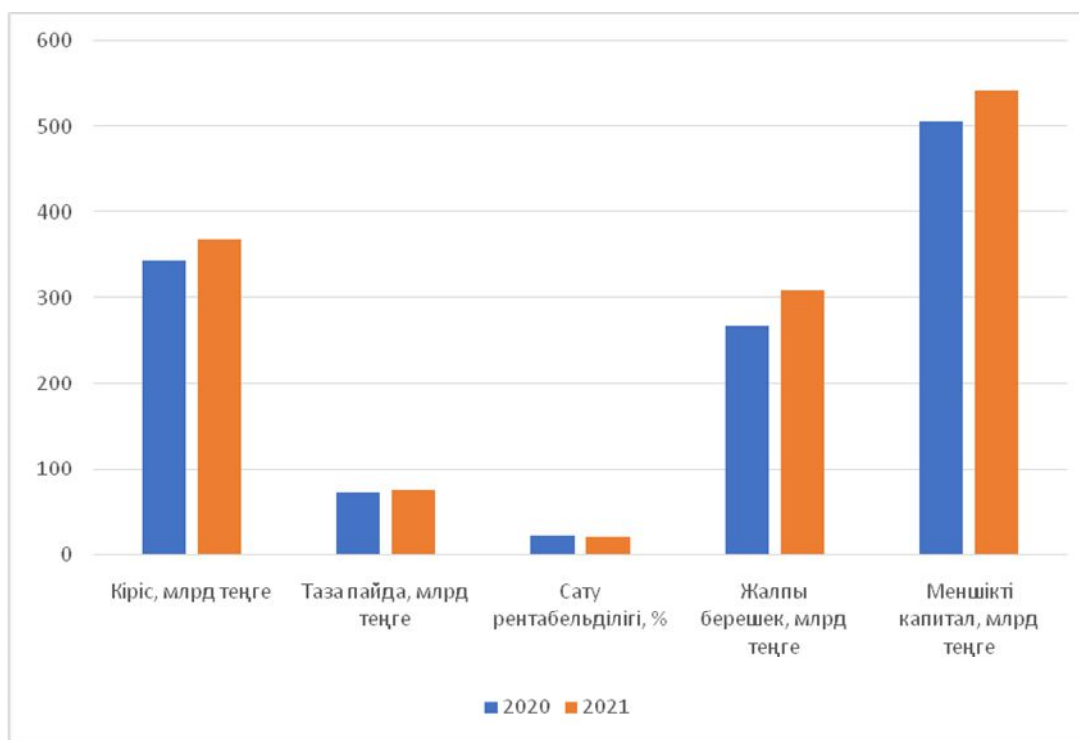
Кестеден компанияның 2019-2020 жылдар кезеңінде қаржылық жағдайында айтарлықтай өзгерістер бар екенін көруге болады. Атап айтқанда, компанияның кірісі 28,7%-ға төмендеді, бұл covid-19 пандемиясына байланысты қонақ үй қызметтеріне сұраныстың төмендеуіне байланысты болуы мүмкін.

Компанияның таза кірісі де айтарлықтай төмендеді және 2020 жылы теріс болды, бұл компанияның қаржылық қызметіндегі күрделі мәселелерді көрсетеді. 2020 жылы сатылымның қайтарымы да теріс болды.

Компанияның жалпы қарызы 43,6%-ға айтарлықтай өсті, бұл болашақта қиындықтар тудыруы мүмкін. Компанияның меншікті капиталы 56,1%-ға қысқарды, бұл қарызды өтеу мәселелерінің ықтималдығын көрсетуі мүмкін.

Тұтастай алғанда, «Astana International Hotel» ЖШС қаржылық көрсеткіштерін талдау компанияның өз қызметінде елеулі проблемаларды бастан кешіретінін және қаржылық жағдайды жақсарту бойынша шұғыл шараларды талап ететінін көрсетеді. Бұл компанияның стратегиясын қайта қарауды, активтерді пайдалану тиімділігін арттыруды, сондай-ақ қарыз жүктемесін азайтуды қамтуы мүмкін.

Қазақстандағы ірі телекоммуникациялық компаниялардың бірі «Kazakhtelecom» ЖШС мысалында компанияның қаржылық жағдайын бағалаудың тағы бір мысалын қарастырайық. Компанияның жылдық есептерінен алынған 2020 және 2021 жылдардағы кейбір қаржылық көрсеткіштерін келтірейік:



Сурет 1 – компания табысы

Кестеден компания 2020 жылы 7,2% - ға өскен табыстың тұрақты өсуін көрсетуді жалғастырып жатқанын көруге болады. Компания сонымен қатар 2020 жылы таза кірістің 4,2% - ға өскенін көрсетті. Компанияның сату рентабельділігі шамамен 20% деңгейінде қалады, бұл активтерді пайдаланудың жақсы тиімділігін көрсетеді.

Компанияның жалпы қарызы да өсті, бірақ 2020 жылы кірістер мен таза кірістерге қарағанда 15,3% - ға аз. Компанияның меншікті капиталы да 2020 жылы 7,2% - ға өсті, бұл компанияның өз қызметін қаржыландыру үшін жеткілікті капиталы бар екенін және қарыздарды өтеуде үлкен қиындықтарға тап болмағанын көрсетеді.

Жалпы, «Kazakhtelecom» ЖШС қаржылық көрсеткіштерін талдау компанияның тұрақты өсім мен тиімді қаржылық қызметті көрсетуді жалғастыратынын көрсетеді. Дегенмен, компанияның қарызын ұлғайту назар аударуды қажет етеді және болашақта қарыз жүктемесін азайту шараларын қажет етуі мүмкін.

«Kazakhtelecom» компаниясының қаржылық жағдайын талдау негізінде келесі шешімдерді ұсынуға болады:

1. Нарықты кеңейту: компания өз қызметін жаңа нарықтарға немесе елдерге кеңейтуді қарастыруы мүмкін. Мысалы, компания цифрлық қызметтер нарығына кіруді немесе

пайдаланушылар үшін өзінің экожүйесін дамытуды қарастыруы мүмкін. Алайда, мұндай шешім даму мен маркетингке айтарлықтай шығындарды қажет етуі мүмкін екенін ескеру қажет.

2. Бизнес-процестерді оңтайландыру: компания өз жұмысының тиімділігін арттыру және шығындарды азайту үшін өзінің бизнес-процестерін оңтайландыру туралы шешім қабылдауы мүмкін. Мысалы, компания жаңа технологияларды немесе автоматтандыру процестерін енгізуді қарастыруы мүмкін. Алайда, мұндай шешім Компания құрылымында айтарлықтай инвестициялар мен өзгерістерді қажет етуі мүмкін екенін ескеру қажет.

3. Ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарға инвестицияларды ұлғайту: компания жаңа өнімдер мен қызметтерді құру және инновациялардың алдыңғы қатарында қалу үшін ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарға инвестицияларын ұлғайту туралы шешім қабылдауы мүмкін. Мысалы, компания байланыс және интернет қызметтері саласында жаңа технологияларды немесе қызметтерді әзірлеуді қарастыруы мүмкін. Алайда, мұндай шешім ғылыми зерттеулер мен әзірлемелерге айтарлықтай шығындарды қажет етуі мүмкін екенін ескеру қажет.

4. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік бағдарламасын әзірлеу: компания өзінің имиджін жақсарту және жаңа клиенттерді тарту үшін корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік бағдарламасын әзірлеуге шешім қабылдауы мүмкін. Мысалы, компания қайырымдылық жобаларына қатысуды немесе экологиялық таза өнімдер мен қызметтерді құруды қарастыруы мүмкін. Алайда, мұндай шешім бағдарламаны дамытуға және оны жүзеге асыруға айтарлықтай шығындарды қажет етуі мүмкін екенін ескеру қажет.

Қорытындылай келе, кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау негізделген инвестициялық және несиелік шешімдер қабылдау үшін өте маңызды. Бұл қаржылық есептілікті мұқият талдауды, коэффициенттерді талдауды және ақша ағындарын басқаруды қажет етеді. Компанияның қаржылық жағдайын түсіну арқылы мүдделі тараптар кәсіпорынның ұзақ мерзімді табысы мен өміршеңдігін қамтамасыз ететін негізделген шешімдер қабылдай алады. «KazakhmysCorporation», «Kcell», «AstanaInternationalHotel» және «Kazakhtelecom» жауапкершілігі шектеулі серіктестерінің қаржылық жай-күйін бағалап, туындаған мәселелерге шешімдер айтылды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебник/ Подред. Проф. В. Я. Позднякова. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 617с. — (100 лет РЭА им Г. В. Плеханова).
2. Кушлин В.И., Марголин А.М., Антикризисноеуправление: учебноепособие, М., РАГС, 2006
3. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент. - М.: ИНФРА - М, 2006.
4. Justin Y. L., Zirong Y., Yingting L., Yilin Z. DevelopmentstrategyandtheMSMEsfinancegap // JournalofGovernmentandEconomics – 2022. Vol. 5. №100034
5. Wen J., Ming T. ResearchoncleanenergydevelopmentstrategyofChinaThreeGorgesCorporationbasedon SWOT framework // Sustainable Energy Technologies and Assessments – 2021. Vol. 47. №101335
6. Jing H., Ju-E G., Xun C., Cheng L., Benjamin L. Ananalysisonstrategyevolutionofresearch&developmentincooperativeinnovationnetworkofnewenergyvehiclewithinpolic ytransitionperiod // Omega – 2021. Vol. 112. № 102686

АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНДАҒЫ ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСТІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУДЫҢ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Стамшал Г.Н.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Экономика және бизнес жоғары мектебі факультеті,
Мемлекеттік және жергілікті басқару мамандығы,
1-курс магистранты

Кіріспе

Зерттеу тақырыбының өзектілігі шағын және орта бизнестің нарықтық экономиканың маңызды элементі болып табылатындығына, онсыз мемлекет дамуы мүмкін еместігіне байланысты. Шағын және орта бизнес кәсіпорындары даму үшін еркіндікке мұқтаж. Олар елімізде нарықтың қажетті қанықтылығын, бағаның тұрақтылық тенденциясын, ірі монополисттерге жетіспейтін бәсекелестік ортасын бере алады. Ал бәсекелестік болмаған нарықта тауар мен қызмет сапасы төмендейді және жаңа технологияларды енгізу процесі баяулады. Шағын және орта бизнесті дамыту кез келген елдің экономикасының негізі болып табылады. Шағын және орта бизнес дамымаған мемлекеттердің макроэкономикалық жағдайының тұрақтылығы туралы айту қиын. Соның нәтижесінде Тәуелсіздік таңының өзінде-ақ Қазақстанда шағын және орта бизнес экономиканың маңызды саласы ретінде айқындалды. Шағын және орта бизнесті жан-жақты қолдау қашанда мемлекеттік саясаттың басымдығы болып табылады.

Әдебиеттеге шолу

Жалпы елдің тұрақты экономикалық дамуын қамтамасыз ету жеке кәсіпкерліктің, ең алдымен шағын және орта бизнестің жағдайы мен даму деңгейіне байланысты [1]. Дәл экономиканың осы секторы мемлекеттің экономикалық өсуіне әсер ететін көптеген мәселелерді шешуге үлкен мүмкіндіктерге ие, мысалы, бәсекенің дамымауы, материалдық және материалдық емес ресурстардың тиімсіз пайдаланылуы, ішкі сұраныстың импортқа тәуелділігі, жұмыссыздық, кедейлік және т.б. [2, 3, 4]. Экономикалық және әлеуметтік дамудың шетелдік тәжірибесі де ШОБ-тің Қазақстан экономикасын тұрақтандырудың ғана емес, сонымен бірге өсуінің де нақты факторы бола алатынын растайды. Кәсіпкерлік, оның ішінде шағын және орта бизнес мәселелерін зерттеу ғылыми Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыде кең орын тапты. Оның талдауы В.Баумоль, Х.Варнеке, А.Маршалл, М.Мескон, Ф.Найт, сияқты атақты ғалымдардың еңбектерінде анықталған. Қазақстандық ғалымдардың ішінде ШОБ теориясы мен тәжірибесінің мәселелерін белсенді түрде зерттегендер: А.Есілов, Қ.Ілиясов, А.Қаңтарбаева, Б.Мұхамеджанов, Е.Садықова, Г.Сүлейменова, А.Тоқсанова, М.Тян.

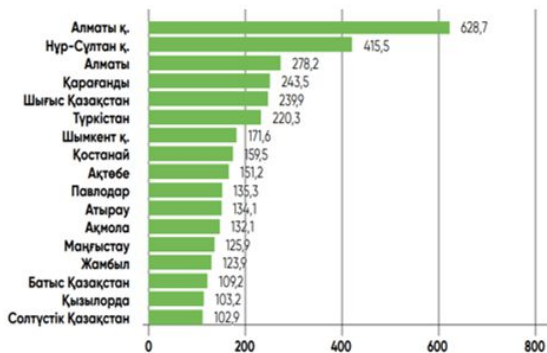
Зерттеу әдістемесі

Ғылыми мақаланы жазу барысында ұлттық экономикалық жүйені жаңғыртудың басымдықтары негізінде ШОБ-тің ағымдағы жағдайы мен оны дамытуды мемлекеттік қолдаудың процестері зерделеу жүзеге асырылды. Зерттеу барысында салыстырмалы талдау, жалпылау, дедукция, жүйелеу сияқты әдістерін пайдаланды.

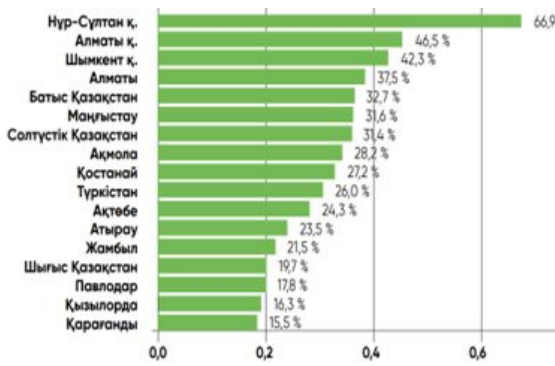
Зерттеудің ақпараттық базасын ресми статистиканың материалдары құрады: ҚР ҰЭМ Статистика комитетінің деректері, ҚР Ұлттық Банкі, «Даму» қорының деректері, сондай-ақ Қазақстан Республикасының мемлекеттік органдарының заңнамалық және нормативтік актілері.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

ШОБ-тің көп болуы экономикалық тұрғыдан тиімді, бұл жаңа жұмыс орындарының пайда болуына әкеледі. Және ең маңызды артықшылықтардың бірі - шағын және орта бизнестің дамуы сөзсіз ішкі нарықта бәсекелестіктің пайда болуына әкеледі. Жаңа кәсіпорындар мен жұмыс орындарын құру арқылы шағын кәсіпкерлік халықты жұмыспен қамтуды қамтамасыз етеді, нарықты түрлі тауарлар мен қызметтермен қанықтырады. 2022 жылдың 01 қаңтарындағы статистикалық ақпаратқа сәйкес Қазақстан бойынша 3 475,2 мың адам ШОБ-та жұмыспен қамтылған, жыл ішінде 0,1 %-ға артты. Оның ішінде Алматы қаласында – 628,7 мың адам (сурет 1).



Сурет 1 - Шағын және орта бизнесте жұмыспен камту, мың адам



Сурет 2 – ЖІӨ-дегі шағын және орта бизнестің үлесі, %-бен

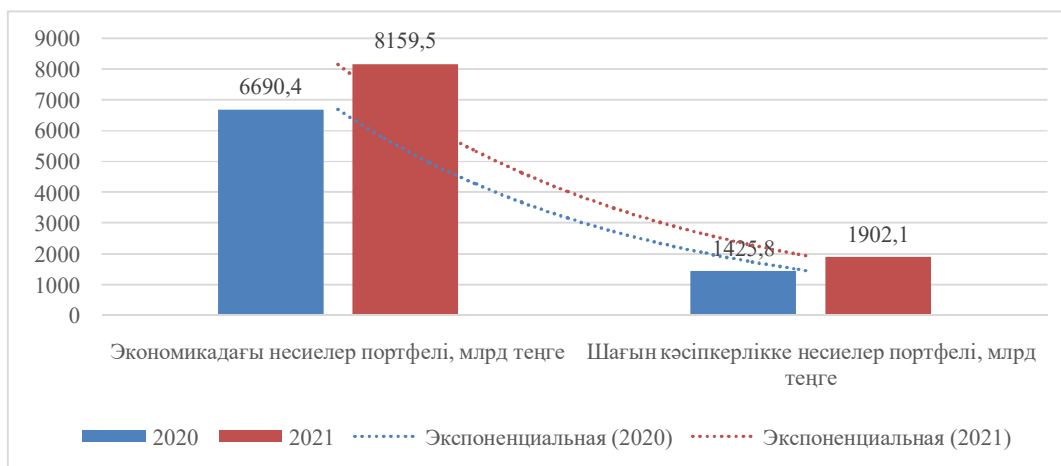
Ескерту: ҚР ҰЭМ Статистика комитетінің деректері бойынша (жасалды www.stat.gov.kz), ҚР Ұлттық Банкі (www.nationalbank.kz), «Даму» қорының жедел ақпараты және бағалауы негізінде автормен құрастырылған

ШОБ ұлттық экономикадағы рөлі ЖІӨ-ге қосқан үлесі жағынан да, жаңа жұмыс орындарын құру процесінде де, ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру және жаңа технологияларды енгізу тұрғысынан да орасан зор [5].

Бүгінгі таңда елімізде 1 695 мыңға жуық шағын және орта бизнес субъектілері тіркелген. Бұл сектордың елдің жалпы ішкі өніміндегі үлесі шамамен 33,3% (42 842 млрд тг) құрайды (сурет 2). Бұл көрсеткіш бойынша Астана (66,9%) мен Алматы (46,5%), Шымкент (42,3%) қалалары көшбасшы. Алматы қаласы бойынша тіркелген ШОБ субъектілерінің саны 6,3 %-ға, ал жұмыс істеп тұрған ШОБ субъектілерінің саны 4,6 %-ға өсті. Олардың үлесі де 68,5 %-дан 69,7 %-ға дейін ұлғайды.

Қазақстанның бүкіл ШОБ секторы шығарған өнімдер көлемі 2021 жыл ішінде 42 842 млрд теңге болды. Өнімдер шығаруда аймақтар бойынша ең үлкен үлес Алматы (10 482 млрд. теңге) және Нұр-Сұлтан (8 853 млрд теңге) қаласының ШОБ субъектілеріне тиесілі. Алматы қаласындағы ШОБ субъектілерінің өнім шығаруы (салыстырмалы бағаларда) 16 % өсті. ШОБ ЖҚҚ-ның ЖӨӨ-дегі үлесі 44,2 %-дан 46,5 %-ға дейін өсті.

Өңірлердегі шағын кәсіпкерлікке арналған несиелер бойынша ЕДБ портфелі 2022 жылы Қазақстан бойынша 3 772,2 млрд теңгені құрады, ал Алматы қаласында бұл көрсеткіш 1902 млрд теңге. Жалпы 2022 жылы несиелер портфелі 33,4%-ға өсті. Оның экономика несиелерінің жалпы портфеліндегі үлесі 21,3%-дан 23,3%-ға дейін өсті (сурет 3).



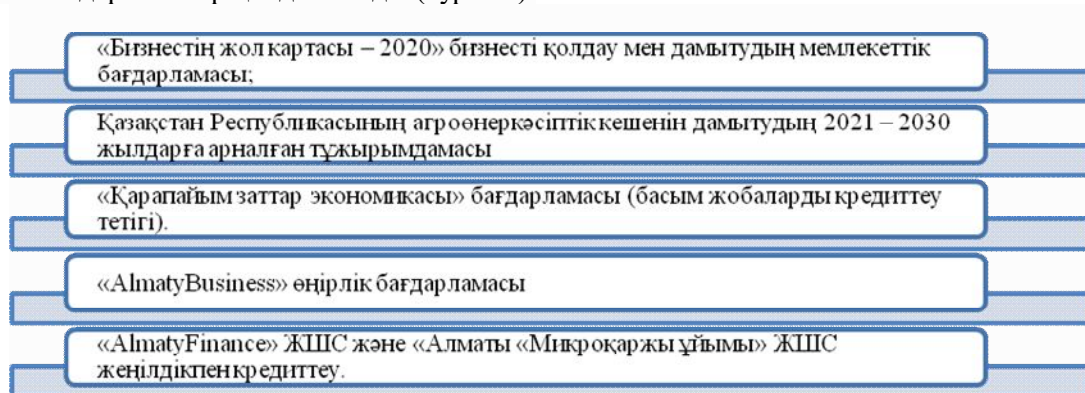
Сурет 3 - Алматы қаласының экономика және шағын кәсіпкерлік несиелері бойынша ЕДБ несиелерінің портфелі

Ескерту: автормен құрастырылған

ШОБ мемлекеттік қолдауды талдау. Елімізде мемлекеттік мақсатты бағдарламалар аясында кәсіпкерлікті қолдау және дамыту бойынша тұрақты жұмыстар жүргізілуде.

Қазақстанда шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау мәселелері алғаш рет XX ғасырдың 90-жылдарының басында қойылды, бірақ заңнамалық деңгейде бұл мәселелер 90-жылдардың екінші жартысында ғана шешілді («Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау туралы» Қазақстан Республикасының Заңы 1997 жылғы 19 маусымда №131-1 қабылданды) [1].

Шағын және орта бизнесті қолдау және дамыту үшін мынадай мемлекеттік және өңірлік бағдарламалар қолданылады (сурет 4):



Сурет 4 - Бизнесті дамытудың мемлекеттік, үкіметтік және салалық бағдарламалары
Ескерту: автормен құрастырылған

Сондай - ақ, «AlmatyBusiness-2025» өңірлік кәсіпкерлікті дамыту бағдарламасы аясында «Qolday» кәсіпкерлік орталығы құрылды. Шағын және орта бизнесті қолдаудың барлық бағдарламаларын іске асырудағы басты міндет кәсіпкерліктің өсуі мен дамуын қамтамасыз ету, жаңа жұмыс орындарын құру, жұмыс істеп тұрған және ісін жаңа бастаған кәсіпкерлер үшін оқыту мен Консалтинг жүргізу, сондай-ақ гранттар мен жеңілдікті кредиттеу форматында қаржылық қолдау көрсету болып табылады [6, 7, 8]. Алматы қаласындағы «ДАМУ» қоры бағдарламасының нәтижелері кесте 1-де көрсетілген.

Кесте 1

Алматы қаласындағы «ДАМУ» қоры бағдарламасының нәтижелері

	Жыл	Жобалар саны	Кредиттер сомасы, млн тг	
Несиелеу	2020	488	35 233	
	2021	821	54 289	
Субсидиялау	Жыл	Қолдау тапқан жобалар	Кредиттер сомасы, млн тг	Субсидия сомасы, млн тг
	2020	1 683	279 782	14 289
	2021	3 137	304 916	25 668
Кепілдендіру	Жыл	Қолдау тапқан жобалар	Кредиттер сомасы, млн тг	Кепілдік сомасы, млн тг
	2020	632	24 495	8 308
	2021	1 254	31 114	14 629
Ескерту: автормен құрастырылған				

Шағын және орта бизнесті қолдаудың жаңа құралдары. Шағын кәсіпкерлік субъектілерін ұйымдастыру мен басқарудың төмен деңгейі шағын бизнестің дамуына кедергі

келтіреді. Қазіргі жағдайда шағын бизнес ұйымдарын дамыту үшін инновацияларды енгізу, өзгерістерді тиімді мақсатты іздеу, оларды жетілдіру және осы өзгерістерді мүмкіндігінше тиімді пайдалану негізгі экономикалық стратегияға айналады. Үнемі өзгеріп отыратын нарық жағдайында тиімділікті арттыру қажеттілігі бизнесті жүргізудің жаңа нысандарының, барабар ұйымдастыруды талап ететін ынтымақтастықтың жаңа нысандарының пайда болуына әкеледі.

Шағын орта бизнес нарық жағдайында қажетті мобильділікті қамтамасыз етеді, терең мамандандыру мен кооперацияны қалыптастырады, онсыз оның жоғары тиімділігі болмайды. Ол тұтынушылық ортада қалыптасатын нишаны жылдам толтырып қана қоймай, сонымен бірге салыстырмалы түрде оны тез өтеуге қабілетті. Сондай-ақ бәсекелестік атмосферасын және кәсіпкерлік ортаны құру, онсыз нарықтық экономика мүмкін емес. Шағын кәсіпкерліктің дамуының осы кезеңінде негізгі проблемалар: бүкіл елді қамтыған бюрократия мен сыбайлас жемқорлық; шағын бизнес, негізінен сауда және делдалдық фирмалар арасындағы даму; аумақтық жағынан да, уақытша жағынан да бүкіл экономиканың дамуының біркелкі болжамсыз болуы; біржақты болып табылатын құқықтық базаның жеткіліксіздігі мен жетілмегендігі. Мемлекет пен қоғамның шағын кәсіпкерлікке деген теріс көзқарасы да өте маңызды мәселе болып табылады, дегенмен соңғы жылдары көзқарас өзгеруде. Себебі, осы жағдайларда да шағын бизнес экономикаға оң әсер етеді. Егер қаржыландыру мәселесіне тоқталсақ, соңғы жылдары бұл көрсеткіш оң динамиканы көрсетіп отыр. Шағын және орта бизнес пен мемлекеттің қарым-қатынасында келесіні байқауға болады: қазіргі жағдайда шағын және орта бизнестің тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету тетігі, ең алдымен, шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдауды күшейтуге дейін азайтылуы керек. Ол үшін, ең алдымен, қажет:

- шағын және орта кәсіпкерлікті нормативтік-құқықтық қолдауды және дамытуды жетілдіру;
- инвестициялар саласындағы заңнаманы жетілдіру және елде қолайлы инвестициялық ахуалды қалыптастыру;
- шағын және орта кәсіпорындарға салық салуды жетілдіру;
- шағын және орта кәсіпкерлікті дамытуға бағытталған кредиттік-қаржылық тетіктерді дамыту және жаңа қаржылық технологияларды енгізу;
- шағын және орта бизнесті дамытуды қаржыландыруға мемлекеттің тікелей және жанама қатысуын жандандыру.

Жоғарыда айтылғандарды ескере отырып, шағын және орта бизнесті дамыту үшін келесі іс-шаралар кешенін іске асыру қажет деген қорытынды жасауға болады:

1. Тұрақты экономикалық жағдайда отандық бизнеске қауіп төндіретін факторлардың мониторингі;
2. Дүниежүзілік нарықта олардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету мақсатында өндіріс саласындағы шағын кәсіпорындардың экономикалық қатынастар жүйесін жетілдіру;
3. Халықтың тиімді сұранысын жандандыру және ішкі және сыртқы нарықта отандық кәсіпкерліктің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында шағын және орта бизнестің өнімдеріне бағаны мемлекеттік және нарықтық реттеу;
4. Шағын кәсіпкерлік субъектілерінің рентабельділігінің жеткілікті деңгейімен қамтамасыз ететін ең төменгі кепілдік бағалар жүйесін енгізу;
5. Қызметі тауар өндірумен байланысты шағын кәсіпкерлік субъектілеріне икемді салық салуды жүзеге асыру, басым салаларды дамытуға және өнім өндіруге инвестиция салатын немесе тұрақтылық қағидатын ұстанатын өндірушілерге салықтық жеңілдіктер беру. Сонымен қатар, экологиялық стандарттарға сәйкес өндірісті дамыту.
6. Шағын бизнестің мүдделерін қорғаудың қалыпты протекционистік саясаты.
7. Шағын кәсіпкерлік субъектілері өндіретін тауарлардың негізгі стратегиялық түрлері бойынша экспорт пен импорт көлемін реттеу.

Қорытынды

Алматы қаласының экономикасын қайта құрылымдауға, инфрақұрылым мен нарық институттарын дамытуға, сондай-ақ салалық және технологиялық құрылымның жетілмегендігін, қаланың өндіргіш күштерінің бәсекеге қабілеттілігінің жеткіліксіздігін еңсеруге байланысты міндеттердің кең ауқымын шешу қажет деп болжайды. Бұл тұрғыда ШОБ-ты дамыту экономикалық жаңғыртудың маңызды ресурсы болып табылады. ШОБ-ты дамыту жөніндегі мемлекеттік басқару саясаты кәсіпкерліктің бұл түрін әлемдік бизнес-ортаның талаптарына бейімдеуге көмектесуі керек.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Мороз С.П. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в республике Казахстан. Вестник Института законодательства и правовой информации Республики Казахстан №4 (32), 2013. С.26-35
2. Petrenko Y., Iskakov N., Metsyk O., Khassanova T. Ecosystem of entrepreneurship: risks related to loss of trust in stability of economic environment in Kazakhstan // Entrepreneurship and sustainability issues. – 2017. – № 1. – p. 105-115. – doi: 10.9770/jesi.2017.5.1(8).
3. Власова Н.Ю., Калганова О.О. Роль малого и среднего предпринимательства в экономике региона. Гуманитарные научные исследования. [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2017/01/18813> (дата обращения: 14.03.2023).
4. Улыбышев Д.Н., Кенжебеков Н.Д. Возможности и механизмы развития казахстанского инновационного бизнеса в рамках Евразийского экономического союза // Экономика. – 2017. – № 3. – с. 145-154. – doi: 10.18334/asia.1.3.38490.
5. Жаксылыкова А.А. Условия и перспективы развития малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан // The Journal of Economic Research & Business Administration. №3 (121). 2017. – с.28-35
6. Субботина Е.И. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в республике Казахстан // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2015. – № 25. – с. 300-304.
7. Даллакян С.А., Саргсян С.А. Направления государственного регулирования малого и среднего предпринимательства в Республике Армения // Лидерство и менеджмент. – 2018. – № 2. – с. 77-83. – doi: 10.18334/lm.5.2.39082.
8. Берестова В.В., Мурыгина Л.С. Венчурный малый бизнес в Уральском федеральном округе // Экономика, предпринимательство и право. – 2017. – № 4. – с. 239-246. – doi:10.18334/epp.7.4.38643.

ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРДІ МОТИВАЦИЯЛАУ ЕҢБЕК ӨНІМДІЛІГІНІҢ ӨСУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

Амангелді С.М.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
Экономика және бизнес жоғары мектебі,
«Менеджмент» мамандығы, 2-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.
э.ғ.к., профессор м.а.

Кіріспе

Адам ресурстарын тиімді басқару экономикалық қызметтің тиімділігі мен ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға әкелетін негізгі шарттардың бірі болып табылады. Персоналды басқару жүйесінде қызметкерлерді ынталандыру ерекше орын алады: басшылардың қызметкерлердің еңбек белсенділігінің деңгейіне әсер ететін факторларды уақтылы анықтау және қолдану қабілеті еңбек өнімділігін арттырудың жасырын резервтерін іске қосатын өте құнды басқару тұтқасы болып табылады.

Қызметкерлер кез-келген компанияның негізгі ресурсы екені сөзсіз. Алайда, басшылар бұл ресурсты әрдайым түсінбейді және басқара алмайды. Компанияның жетістігі тек басшылардың қабылдаған шешімдеріне ғана емес, сонымен қатар осы шешімдерді жүзеге асыратын қызметкерлерге де байланысты екенін ұмытпауымыз керек. Компанияның мақсаттарына жету үшін менеджер ғана емес, қызметкерлер де нәтижелерге қызығушылық танытуы керек (Рощина А.В.,2019).

Персоналды ынталандыру проблемалары жалдамалы еңбек пайда болғаннан бері бар деп айтсақ болады және олар әлі де өзекті деп саналады. Қазіргі уақытта тәжірибелі менеджерлер қызметкерлерге қамқорлық жасайды, атап айтсақ оларды оқытуды ұйымдастырады, табысты және белсенді қызметкерлер үшін тиімді бонус схемаларын жасайды. Менеджерлер білікті және тәжірибелі қызметкерді жұмыстан шығару кәсіпорынға тиімсіз екенін түсіне отырып, қызметкерлерді мүмкіндігінше ынталандырған дұрыс деп санайды (Бурлака Н. П.,2016). Нарықтық қатынастар енгізіле бастаған кезде білікті қызметкерлердің жұмыстан босатылуына ғана емес, басқа бәсекеге қабілетті жұмыс берушілерге ауысуына байланысты да үлкен шығындар байқалған. Сондықтан қызметкерлерді тиімді ынталандыру мәселесі қазіргі уақытта өте өзекті болып табылады.

Бұл зерттеудің өзектілігі қазіргі жағдайда Қазақстан Республикасының кәсіпорындарының алдында қатаң әлемдік бәсекелестік жағдайында табысты жұмыс істеу үшін маңызды міндет тұр – ел экономикасында Еңбек өнімділігі мен пайданың максималды өсуін қамтамасыз ету. Бұл мақсатқа ұйымның ресурстарын басқарудың сауатты стратегиясын қолдану арқылы қол жеткізуге болады.

Бұл мақаланың мақсаты - «ULTRAHUB» ЖШС- де жұмыс орнына қанағаттану деңгейі мен қызметкерлердің адалдығын зерттеу барысында 5 негізгі факторды зерттеу және персоналды ынталандыру жүйесін басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Әдебиеттерге шолу

Еңбек саласындағы мотивациялау процестерінің мазмұны мен реттелуі туралы теориялық идеялардың дамуын зерттеу қоғамның әлеуметтік-экономикалық дамуымен мотивациялық әсерлер векторының бағыты өзгергенін анықтауға мүмкіндік береді. Бастапқы бағдардан еңбек өнімділігін арттыруға, атап айтсақ физикалық белсенділікті ынталандыруға, мотивация біртіндеп еңбек сапасын жақсартуға, шығармашылық белсенділікті, бастаманы ынталандыруға және кәсіпорында қызметкерлерді шоғырландыруға бағыттала бастады.

Осының аясында бізді «мотивация» анықтамасының заманауи көзқарасы қызықтырады. Ол үшін отандық және шет елдік әдебиетте қазіргі зерттеушілер қолданатын «мотивация» ұғымының негізгі анықтамаларын қарастырайық.

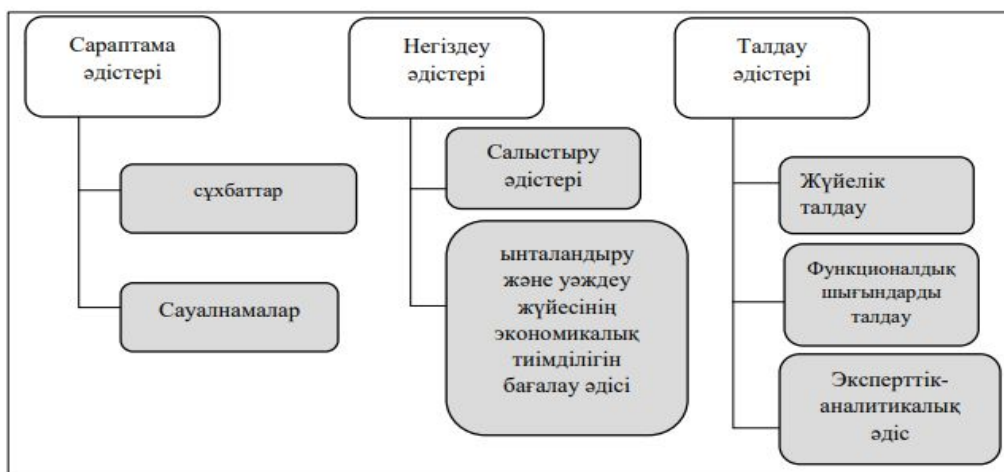
Мотивация-бұл адамдардың жұмысын жандандыру және оларды өз қалауын қанағаттандыру құралы ретінде ұйымның мақсаттарына жету үшін тиімді жұмысқа мотивация процесі (Подлесных В.И., 2019). Мотивация-жобалық топты жобаның мақсаттарына жетуге ықпал ететін іс-әрекетке ынталандыру процесі, ол қабылданған шешімдерді енгізу және жобаны тиімді орындау үшін қажет(К.С. Мухтарова, А.М. Джулаева, Г.Б. Нурсейтова, С.Т.Купешова, Д.Б. Байбулова, 2019).Мотивация-адамның ішкі жағдайы, оның мүдделерімен байланысты және ұйымдағы мінез-құлқын анықтайтын сипаттың ажырамас бөлігі(Соломатина Н.А., Нагимова З.А.,2011).

Осы анықтамаларды талдай отырып, қазіргі авторлардың "мотивация" ұғымының бірыңғай пікірі жоқ деген тұжырымға келеміз, олардың әрқайсысының осы анықтаманың өзіндік көзқарасы мен түсіндірмесі бар, бірақ барлық анықтамаларда мотивацияны адамның іс-әрекетке деген ынтасы ретінде сипаттайтын жалпы сипаттама бар(Сербиева С. Р.,2020).

Мотивацияның бұл ғылыми анықтамалары әрдайым қазіргі кәсіпорындардың қолданылатын мотивациялық модельдерімен сәйкес келе бермейді. Мотивацияның мақсаты - адамды максималды нәтиже мен қайтарыммен мақсатқа жетуге бағытталған еңбек қызметіне итермелейтін жағдайлар кешенін қалыптастыру және іске асыру(Трусов А.В.,2019).

Әдіснама

Персоналды басқарудың түрлі әдістері мен оларды ынталандыру, біріншіден, белгілі бір мотивациялық модельді жүзеге асыру үшін қажетті материалдық және қаржылық шығындардың тиімділігін, екіншіден, ұйымның мақсаттарына жеткізу басшылыққа алу керек (ЕРЕНБЕК А. Т.,2021).



Сурет 1 – Персоналды ынталандыру және мотивациялау жүйесін бағалау әдістерінің классификациясы(Аакер, Д., 2004).

Осы әдістерді негізге ала отырып, сауалнама әдісін таңдап, «ULTRANUB» ЖШС компаниясына зерттеу жасадым. Зерттеу барысында компанияда қызметкерлерін ынталандыру жүйесі қарастырылып, жұмыс орнына қанағаттану және қызметкерлердің адалдығы деңгейіне сауалнама жүргізілді.

Жұмыс орнына қанағаттану деңгейі мен қызметкерлердің адалдығын зерттеу барысында 5 негізгі фактор зерттелді: әріптестермен және басшылықпен қарым-қатынас, жұмыстың мазмұны мен сипаты, еңбекақы мен жеңілдіктер, оқыту және дамыту, компанияның құндылықтары мен мәдениеті.

Нәтижелер және талқылау

Кәсіпорынның жалпыға қол жетімді құжаттамасын зерттеу барысында персоналды ынталандырудың барлық тәсілдерін белгілейтін құжат жоқ екендігі анықталды, бірақ кейбір құжаттарда олардың бір бөлігі жазылған.

«ULTRANUB» ЖШС компаниясының еңбек ынталандыру жүйесінде материалдық және материалдық емес компоненттер бар. Негізгі жалақыға тарифтік мөлшерлемелер (жалақы), қосымша төлемдер мен үстемеақылар кіреді. Қосымша жалақы тиімділік көрсеткіштерін орындағаны үшін әлеуметтік ынталандыратын төлемдерден және сыйақылардан тұрады. 2022 жылы ең төменгі жалақы мөлшері 104820 теңгеді құрады. Еңбекақы мөлшерін индекстеу 2016 жылғы наурызда 12-кестеде 3,7% - ға жүргізілді.

Кесте 1

Кәсіпорындағы жалақының орташа көрсеткіштері

Көрсеткіштер	2020ж.	2021ж.	2022ж.
Орташа жалақы, тг./ай	185470	219630	257740
Жалақының өсу қарқыны	-	1,18	1,17
Ескерту – («ULTRANUB» ЖШС №05-2020 «Қызметкерлердің еңбегіне ақы төлеу және сыйлықақылар» туралы құжаты) дереккөз негізінде автормен құрастырылған.			

Осылайша, ЖШС жалақы деңгейінің өсуін атап өтуге болады.

«ULTRANUB» ЖШС –нің ішкі еңбек тәртібі қағидаларына сәйкес Еңбек міндеттерін адал атқаратын қызметкерлер мынадай түрде көтермеленуі мүмкін:

- алғыс жариялау;
- сыйлықақы төлеу;
- бағалы сыйлықпен марапаттау;
- құрмет грамотасымен марапаттау;

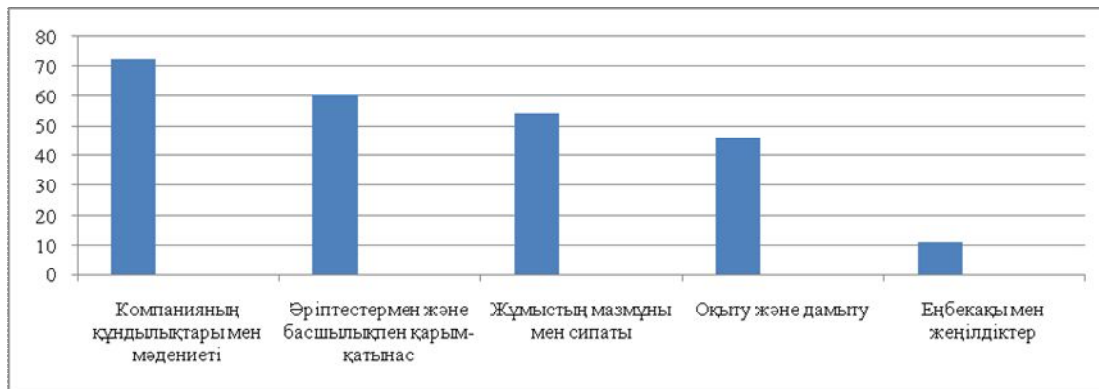
Ұжымдық шартқа сәйкес қызметкерлерге әлеуметтік төмендегідей жеңілдіктер мен кепілдіктер беріледі:

- кәсіпорын қызметкерлеріне қосымша медициналық тегін қызметтер;
- балалар сауықтыру лагерлеріне жолдама құнын ішінара өтеу;
- 1 жастан 18 жасқа дейінгі ұйым қызметкерлерінің балаларын жаңа жылдық сыйлықтармен тегін қамтамасыз ету;
- Қызметкерлерге жаңа жылға бір оклад мөлшерінде сыйақы;
- Мейрамдарға орай жасалған іс-шаралардың ұйым есебінен болуы (корпоративтік жиындар, тимбилдингтер);
- Қызметкерлердің туылған сәбилеріне 15 АЕК мөлшерінде сыйақы («ULTRANUB» ЖШС «жұмыс уақытының ведомості және еңбекақы» туралы құжаты);

Еңбекақы төлеу туралы ережеге сәйкес кәсіпорында еңбекақы төлеудің уақытылы-премиум және бір реттік-премиум жүйелері қолданылады. Сондай-ақ, материалдық қолдау мақсатында отбасы мүшелерін, ата-аналарын, бауырларын жерлеуге материалдық көмек төлеу көзделген.

Сондай-ақ, кәсіпорында тұрғын үйді жалға алу бойынша өтемақы төлемдері және олар бойынша сыйақы төлеу құралдары бойынша ипотекалық несиелерді өтеуге көмек қарастырылған.

Сауалнама барысында қатысушылар өз жұмысындағы әрбір фактордың маңыздылық дәрежесін және оларға қанағаттану дәрежесін бағалады. 2-суретте әр фактор бойынша қанағаттанудың жалпы нәтижелері келтірілген.



Сурет. 2. Қызметкерлердің қанағаттану және адалдық деңгейі (жалпы нәтижелер)
Ескерту – сауалнама мәліметтеріне сәйкес автормен құрастырылған.

Бұл сауалнамада жалпы нәтижелерден қызметкерлердің жұмыс тиімділігін төмендететін негізгі фактор жалақы мен жеңілдіктер болып табылатындығын көруге болады. Осы фактордың қанағаттану мен адалдықтың жалпы деңгейіне теріс әсерін болдырмау үшін компаниядағы мотивация жүйесінің жұмысының ашықтығын және қызметкерлердің осы Жүйенің жұмыс принциптерін түсінуінің жоғары деңгейін қамтамасыз ету, сондай-ақ жалақы мен өтемақы пакетінің бәсекелестік деңгейін қолдау маңызды.

Сондай-ақ, "Мансап және даму" факторына назар аудару қажет. Сауалнама нәтижелері бойынша қызметкерлердің 49% - ы оқыту қажеттілігін сезінеді, бұл корпоративтік оқыту жүйесінің жоғары емес тиімділігін көрсетеді. Бұл ретте сауалнамаға қатысқандардың 51% - ы қызметте жоғарылату туралы нақты идеясы жоқ екенін атап өтті. Сонымен қатар, қызметкерлердің тек 33% - ы қолданыстағы оқыту және біліктілікті арттыру жүйесіне

қанағаттанады. Басшылардың өз қарамағындағыларды дамыту бағытындағы мақсатты жұмысы қызметкерлердің осы факторға қанағаттануын арттыруға мүмкіндік береді және компания қызметкерлерінің адалдық деңгейіне оң әсер етеді.

Компания мотивация жүйесін дамыту үшін бірқатар әрекеттерді орындау керек:

1. Кәсіпорынға талдау жасау және мотивацияны бағалаудың ең тиімді әдістемесін таңдау.

2. Кәсіпорынның негізгі мақсаттарын анықтау.

3. Қызметкерлердің міндеттерін анықтау.

4. Жалақы құрылымын әзірлеу.

5. Материалдық еңбек мотивациясының моделін жасау.

6. Нормативтік-құқықтық базаны қалыптастыру.

7. Әзірленген жүйені сынақтан өткізу.

8. Жүйені түпкілікті енгізу(З.К. Чуланова,2018).

Сауалнама нәтижелері бойынша сауалнамаға қатысқан қызметкерлердің 76% - ы ұйымның мақсаттарын біледі, бірақ тек 50% - ы ұйым туралы ақпарат білемін деп санайды. Осы жерден қызметкерлер өз жұмысының нәтижелерін ұйымның жұмысының нәтижелерінен көрмейді деген қорытынды жасауға болады. Сондықтан жүйенің басты мақсаты-қызметкерге компанияның мақсаттары оның мақсаттары екенін, компанияның пайдасы оған да пайда әкелетінін жеткізу.

Қорытындылай келе, мотивтер еңбек қызметінде үлкен рөл атқарады деп айтқым келеді. Адам екенін ұмытпауымыз керек күрделі жүйе, бұл қажеттіліктер тұрғысынан байыпты және тұрақты зерттеуді қажет етеді. Персоналды басқару тиімділігінің деңгейін арттырудың басты факторы – бұл:

- біріншіден, қызметкерлерді ынталандырудың дұрыс жүйесін құру;
- екіншіден, олардың еңбек нәтижелеріне тұрақты қызығушылығын қалыптастыру;
- үшіншіден, ұйым персоналының оң уәдмесінің үстемдігімен ынталандырудың материалдық және материалдық емес әдістерін қолдану деп санаймын.

Қорытынды

Компания мотивациялық басқару тетіктерін толығымен пайдаланбайды, сәйкесінше персоналдың қызметіне қанағаттанбау бар, сондықтан ұйымның персоналды басқаруды жетілдіру қажеттілігі туралы айтсақ болады.«ULTRANUB»ЖШСперсоналының мотивациясын зерттеуді қорытындылай келе, қызметкерлердің тиімділігін арттыру үшін жақсы орындалған жұмыс марапатталуы керек. Ұйымның стратегиялық мақсаттарына көбірек үлес қосатын қызметкерлер ең үлкен сыйақыға лайық. Компанияда қызметкерлердің еңбек нәтижелерін бағалаудың объективті жүйесі болмаған кезде оны ынталандыру және марапаттау мәселесі туындайды.Кәсіпорында персоналды мотивациялаудың материалдық әдістерін нақтылау қажет деген қорытынды жасауға болады.

Материалдық мотивациядан басқа, материалдық емес мотивациямен жұмыс істеуге тұрарлық. Мотивацияның жаңа әдістерін қарастыру қажет. Мысалы, бәсекелестік алсақ болады. Адамның табиғатында бірінші болуға деген ұмтылыс бар және оны пайдаланбау кателік болар еді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Рощина А.В. Влияние мотивации персонала на повышение уровня производительности труда // Современные научные исследования и инновации. 2019. №12
2. Бурлака Н. П.Мотивация производительности труда как ключевой факторэффективности производства// Economics. 2016 г.
3. З.К. Чуланова, Еңбекті ынталандыру мен мотивациялау жүйесін құру кәсіпорндардың әлеуметтік саласын басқару факторы ретінде// Экономика: стратегия мен практика. 2018 г. №1(45)
4. Сербиева С. Р. Концептуальные подходы к пониманию формы оплаты труда как фактора мотивации сотрудников//Вопросы студенческой науки Выпуск №7 (47), июль2020 г.
5. Қызметкерлердің жұмысын жақсартудағы мотивациялық амалдар - ЕРЕНБЕК А. Т. · 14 ДЕКАБРЯ, 2021г.

6. Трусов А.В. Понятие и виды мотивации персонала №2 электронный научный журнал «вектор экономики» 2019
7. Подлесных В.И. Менеджмент: учебное пособие для ВУЗов –СПБ: изд. Дом «Бизнесапресса». – 2019
8. К.С. Мухтарова, А.М. Джулаева, Г.Б. Нурсейтова, С.Т.Купешова, Д.Б. Байбулова. Управление проектами
9. Соломатина Н.А., Нагимова З.А. Управление организацией. М: ООО «Вершина»-2011.
10. Аакер, Д. Маркетинговые исследования / Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй. — 7-е изд. - СПб.: Питер, 2004.
11. «ULTRANUB» ЖШС №05-2020 «Қызметкерлердің еңбегіне ақы төлеу және сыйлықақылар» туралы құжат
12. «TAMISH TEXTILE» ЖШС «жұмыс уақытының ведомості және еңбекақы» туралы құжаты

ҰЛТТЫҚ ЖОБАЛАР МЕМЛЕКЕТТІК САЯСАТТЫ ІСКЕ АСЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ: МӘСЕЛЕЛЕРІ, ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕ

Қайнарқызы Б.

Өл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Экономика және бизнес жоғары мектебі факультеті,
Мемлекеттік және жергілікті басқару мамандығы,
1-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Адамбекова А.А.
э.ғ.д., профессор

Кіріспе

Жаһандану және елдің әлемдік экономикаға интеграциясы жағдайында стратегиялық жоспарлау ұлттық және аумақтық, салалық деңгейлерде, ұлттық компаниялар мен бизнес-ұйымдардың абсолютті көпшілігінің қызметінде мемлекеттік менеджменттің бүкіл иерархиясында қолданылатын басқарудың пәрменді құралы болып табылады. Стратегиялық жоспарлау іс жүзінде бүкіл мемлекеттік жоспарлау жүйесінің бас үйлестірушісі ретінде қарастыруға болады.

Бүгінгі таңда Стратегиялық жоспарлау және мемлекеттік менеджмент мәселелері мемлекеттің экономиканы стратегиялық жоспарлау құралдарының нәтижелілігін бағалауға сұранысты арттырады, осыны негізге ала отырып, ұлттық жобаларды іске асырудың ағымдағы динамикасының мониторингі экономиканың ғылымды қажетсінетін моделінде ерекше мәнге ие болады.

Жобалар мен бағдарламалардың абсолютті санының әлсіз тұсы-жеткіліксіз дамыған мониторинг жүйесі немесе оның болмауы. Стратегиялар мен бағдарламаларды іске асыруды мониторингтеу жүйесі көбінесе мерзімді есептерді ұсыну түрінде жүргізіледі, мониторинг рәсімдері сипатталмаған, тиісті индикаторлар жоқ [1].

Стратегиялық және бағдарламалық құжаттарды Бағалау бойынша қолданыстағы әдістемелік нұсқаулар бүгінгі күннің өсіп келе жатқан қажеттіліктерін қанағаттандырмайтынын атап өткен жөн. Негізінен, қолданыстағы бағалау әдістемесі нақты деректерді қарапайым анықтауға және олардың жоспарланған мәндерден ауытқуын анықтауға дейін шектелген. Әзірлеуші мемлекеттік органдар жоспарлы құжатты іске асырудың себеп-салдарлық байланыстарының толық схемасын ұсынбайды, бұл жетекшілік ететін салалардың әлсіз диагностикасын көрсетеді [2].

Бұл жоспарлы құжаттың елдің немесе жекелеген аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуына, азаматтардың әл-ауқатына әсерін бағалаудың болмауы қолданыстағы бағалау әдістемесінің басты кемшілігі болып табылады.

Қазақстанда мемлекеттік жоспарлау жүйесінің қалыптасуы "Қазақстан 2030" ұзақ мерзімді стратегиясын әзірлеуден және 1997 жылы ҚР Президенті жанындағы Стратегиялық

жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттік – институционалдық ортаны қалыптастырудан басталды. Мемлекеттік басқару жүйесін жетілдіру барысында стратегиялық мақсаттарға қол жеткізуге және елдің әлеуметтік-экономикалық дамуының басым міндеттерін іске асыруға бағдарланған тиімді жүйені қалыптастыруға бағытталған мемлекеттік жоспарлаудың нормативтік - құқықтық және әдіснамалық базасы қалыптастырылды.

Мемлекеттік жоспарлау жүйесін біртіндеп жетілдіруге қарамастан, қоғамда және сараптамалық топтарда құжаттардың тиімділігінің жеткіліксіздігімен байланысты проблемалар талқыланады, сондай-ақ мемлекеттік саясаттың нәтижелілігіне сұраныс өсуде. Сондықтан бүгінде жаңа шындықтар мен жинақталған тәжірибені ескере отырып, мемлекеттік жоспарлау жүйесін қайта қарау процесі жүріп жатыр. Бұған Мемлекет басшысының ҚР Президенті жанынан Стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттік құру, сондай-ақ мемлекеттік жоспарлау жүйесінің жекелеген тәсілдерін қайта қарау туралы тапсырмалары дәлел бола алады [3].

Қазақстанның мемлекеттік жоспарлау жүйесінің негізгі проблемаларының бірі оның құжаттармен жүктелуі, ведомствоаралық өзара іс-қимылдың тиімсіздігі, жеке сектор мен жұртшылықтың процестерге әлсіз қатысуы болып табылады. Көбінесе құжаттардың көп болуы міндеттер мен шаралардың қайталануына, мемлекеттік органдардың есептілігінің ұлғаюына әкеледі, сондай-ақ алушылардың мемлекеттік қолдау шараларын түсінбеуіне әкеледі. Сонымен қатар, көптеген құжаттарды әзірлеу, сондай-ақ оларды үнемі түзету мемлекеттік органдардың қызметіне халықтың сенімсіздігіне әкеледі. Осыған байланысты мемлекеттік жоспарлау жүйесінің құжаттарын оңтайландыру қажеттілігі туындайды.

Жоғарыда айтылғандай, мемлекеттік жоспарлау жүйесінің проблемалары Мемлекет басшысы Қ.Тоқаевтың "Жаңа жағдайдағы Қазақстан: іс-қимыл кезеңі» Жолдауы аясында көтерілді. Көптеген көрсеткіштері мен индикаторлары бар мемлекеттік бағдарламалардың болуымен байланысты проблемаларды ескере отырып, Президент барлық азаматтарға түсінікті лаконикалық Ұлттық жобалар форматына көшуді тапсырды [4].

Бұл ретте, ұлттық жобалардың форматы туралы бірыңғай пікір қалыптасқанға дейін олардың қолданыстағы бағдарламалық құжаттардан айырмашылығы туралы атап өткен жөн.

Әдебиеттерге шолу

Қазіргі ғылымдарда ұлттық жобаның тұрақты теориясы әлі қалыптаспағанын, дегенмен, жоба және жобалық басқару теориясы жетілдірілуде.

Егер жобалар мен жобаларды басқарудың теориялық негіздері туралы айтатын болсақ, алғашқы теориялар ХХ ғасырдың басында пайда бола бастады. Жобаларды басқарудың заманауи теориясының негізін қалаушылардың бірі-американдық инженер Генри Гант (Генри Гант, 1861-1919) (Киреев, 2009). Генри Гант 1910 жылы жоспарлаудың негізгі құралдарының біріне айналған көлденең диаграммаларды қолдана отырып, күнтізбелік жоспарлаудың жаңа әдісін ұсынды. Гант диаграммасы соншалықты маңызды аналитикалық құрал болып шықты, ол 100 жылға жуық уақыт бойы өзгеріске ұшырамады. Тек 1990 жылдары тапсырмалар арасындағы тәуелділіктерді егжей - тегжейлі сипаттау үшін байланыстар қосылды.

Классикалық теорияның тағы бір жасаушысы-Анри Файол (Генри Файол, 1841-1925), ол жобаны басқарудың негізіне айналған менеджменттің бес негізгі функциясын анықтаумен танымал.

"Жоба"сөзі «project» сөзінен шыққанын белгілі. Wikipedia сөздігінде жоба сөзінің этимологиясының келесі сюжеті келтірілген. "Жоба"сөзі латынның "projectum", "projicere" (бір нәрсені алға жылжыту, алдын ала) сөзінен шыққан. Өз кезегінде, бұл латын сөздері екі бөлікке бөлінеді "pro"— негізгі әрекеттің алдында болатын нәрсе және "projicere"— алға жылжу, алға лақтыру. Осылайша, бастапқыда «project» сөзі іс-әрекеттің алдында болатын және жоспар сөзіне тең болатын нәрсені білдірді. 1950 жылдары ағылшын тілінде жобаны басқару технологиясы пайда болғаннан кейін «project» сөзі «object» сөзін де қамтыды. Нәтижесінде "жоба"сөзі іс-қимыл жоспарын және әрекеттің өзін де біріктіре бастады.

Профессор э. а. Уткин жоба мақсатты, мақсатқа жету құралдарын және оған жету үшін уақыт пен ресурстарды анықтауды білдіреді деп санайды (Уткин, Кравченко (2002)).

Қазіргі уақытта жобаның мәніне екі анықтама қабылданды. Бір жағынан, жоба параметрлер мен мақсаттардың соңғы жиынтығы арқылы болашақтың жағдайын анықтауға арналған жоспар ретінде түсініледі. Екінші жағынан, жоба бастапқы және соңғы күндермен үйлестірілген, басқарылатын әрекеттер жиынтығынан тұратын бірегей процесс ретінде анықталады. Жоба мақсатқа жету үшін қабылданады және нақты талаптарға сәйкес келеді, сонымен қатар мерзімдерді, шығындар мен ресурстарды шектеуді қамтиды (Бычкова, 2008).

Зерттеу әдістемесі

Мемлекеттік басқаруда стратегиялық жоспарлауды қолданудың теориялық және қолданбалы аспектілерін зерттеуге негізделген. Шетелдік және отандық тәжірибені зерделеуге және қорытуға, сондай-ақ ұлттық стратегиялардың, стратегиялық жоспарлар мен ұлттық жобалардың тиімділігін бағалауды іске асыруда типтік (жалпы) және бірегей (жеке) тәжірибені анықтауға сүйене отырып. Кешенді негізде олардың миссиясына, нысаналы қондырғыларына, елдегі қолданыстағы мемлекеттік жоспарлау Жүйесі шеңберінде әзірлеу және іске асыру тетіктеріне салыстырмалы талдау жүзеге асырылды.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Сонымен, жобалардың теориялық негіздерін талдау жобалардың үш шектеуші факторы бар екенін көрсетеді: ресурстар, мерзім немесе ұзақтық, нәтижелер.

Соған қарамастан, Қазақстанда ұлттық жобаларды айқындаудың әдіснамалық тәсілдері әлі қалыптасқан жоқ. Осыған байланысты, ұлттық жобаларды енгізуге бағытталған мемлекеттік саясатты іске асырудың жаңа тәсілдерін енгізу әлемдік тәжірибені зерделеуді талап етеді.

Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, ұлттық жоба көбінесе ұлттық (мемлекеттік) жоспарларды, бағдарламаларды немесе стратегияларды білдіреді. Алайда, "жоба" және "бағдарлама" ұғымдарының арасында түбегейлі айырмашылықтар бар, олардың ішіндегі ең маңыздысы-олардың ауқымы.

Бағдарлама бір мақсатпен біріктірілген бірнеше жобаларды білдіреді. Бағдарламаны іске асыру мерзімі-кең, бірнеше уақытқа созылуы мүмкін. Жобаның іске асыру мерзімі, әдетте, қатаң түрде анықталады.

Жобаны іске асыру оңай болып көрінеді, өйткені сәттілікке жету үшін жоспарланған іс-шараларды көрсетілген күнге дейін орындау жеткілікті. Бағдарлама тек гипотезаны білдіреді, ол іс жүзінде өзінің растауын табуы керек. Өзара байланысты жобаларды сәтті жүзеге асыру әрдайым жағдайдың өзгеруіне әкелуі мүмкін.

Кесте 1

Жоба мен бағдарлама арасындағы негізгі айырмашылықтар

	Бағдарлама	Жоба
Масштаб	Бірнеше бағыт жоба қамтиды	Бір нақты бағытты қамтиды
Жүзеге асыру кезеңі	Күрделі, ведомствоаралық өзара іс-қимылды талап етеді	Нақты қадамдармен белгіленген, жобалық тәсілдерді қолдану
Бюджет	Толық қаржыландырумен қамтамасыз етілмеген	Негізделген және бекітілген қаржыландыру
Мерзімдері	Ұзақ мерзімді, бірнеше кезеңдерге бөліп іске асыы	Нақты, әдетте қысқа мерзімді

Қойылған міндеттерді іске асырудың күрделілігі бойынша да айырмашылықтар бар. Бағдарламаны іске асыру жобаны жүзеге асырудан гөрі күрделірек, өйткені барлық есептер үйлестіруді қажет етеді (1-кесте).

Шет елдерде стратегиялық және бағдарламалық құжаттар шеңберінде белгілі бір салада нақты нәтижелерге қол жеткізуге бағытталған жобалар жиі іске асырылады.

Мәселен, Сингапурда 2019 жылдың қарашасында Ұлттық жасанды интеллект стратегиясы қабылданды, бұл Сингапурдың «ақылды ұлт» мақсатына жеткізетін келесі негізгі шекара. Онда жасанды интеллект технологияларын ел экономикасын трансформациялау үшін кеңірек пайдалану, технологияны қарапайым енгізуден тыс, бизнес-модельдерді түбегейлі қайта қарау және өнімділікті арттыру және өсудің жаңа бағыттарын құру үшін терең өзгерістер енгізу жоспарлары көрсетілген [5].

Осы стратегия шеңберінде қазіргі уақытта жасанды интеллекттің 5 ұлттық жобасын іске асыру айқындалды:

1. Жүк тасымалын зияткерлік жоспарлау
2. Мінсіз және тиімді муниципалдық қызметтер
3. Созылмалы ауруларды болжау және емдеу
4. Бейімделген оқыту және бағалау арқылы жекелендірілген оқыту
5. Шекара операциялары

Уақыт өте келе және осы стратегиялық құжат шеңберінде жаңа өзекті мәселелер туындауына қарай жаңа ұлттық жобалар көзделуі мүмкін. Әрбір ұлттық жоба шеңберінде мынадай негізгі бөлімдер келтіріледі: шақыру және негіздеу, мақсаты мен міндеттері, іс-шараның күтілетін нәтижелері.

"Жүк тасымалын интеллектуалды жоспарлау" ұлттық жобасының негізгі іс-шаралары ретінде интеллектуалды қосымшаларды құруға негіз құру үшін экожүйедегі деректер ағындарын күшейту және тараптар арасындағы өзара әрекеттесу келтірілген. Жүк көлігімен жүруді жоспарлау мен оңтайландыруды жеңілдету үшін ортақ және сенімді деректер алмасу платформасын құруды қарастыру.

Жүк көліктерінің теңіз порттарына және кері сапарларын жоспарлау мен оңтайландыруды жеңілдететін жасанды интеллект қосымшаларын басқаруға және орналастыруға алғашқы күш-жігерді шоғырландыру. Ұзақ мерзімді перспективада әуе және жерүсті станцияларында жүк тасымалын жоспарлау үшін зияткерлік шешімдерді орналастыруды масштабтау [6].

Осылайша, біз бұл жобаның еліміздегі цифрландыруды дамытуға бағытталған мемлекеттік бағдарламаларымыздан айырмашылығы, Ұлттық жобалар шеңберінде неғұрлым нақты жобалар қарастырылатындығын көріп отырмыз. Бұл мысал жалпы сипаттағы іс-шаралар саны көп мемлекеттік бағдарламаларды тиімді іске асырудың төмен себептерінің бірі екенін тағы да көрсетеді.

Ұлыбританияның тәжірибесін талдау олардың ұлттық жоспарлары құжаттарда нақты іске асыру қадамдарының болуымен және жекелеген нақты жобалар тұрғысынан инвестициялау көлемін көрсетумен ерекшеленетінін көрсетеді. Осылайша, Ұлыбританияда қазіргі уақытта инфрақұрылымды дамытудың 2016-2021 жылдарға арналған Ұлттық жоспары іске асырылуда. Ол алдыңғы Инфрақұрылымды дамытудың Ұлттық жоспарын (бұдан әрі – ИДҰЖ) жаңартады және ауыстырады. Құжатта Ұлыбританияның барлық секторларында 2020-2021 жылдарға дейін және одан әрі 600-ден астам инфрақұрылымдық жобалар мен бағдарламаларға 483 млрд.фунт стерлинг инвестицияларды бөлу егжей-тегжейлі сипатталған.

Экономикалық инфрақұрылыммен қатар, бұл жоспар алғаш рет Үкіметтің 100 миллиард фунт стерлингтік міндеттемелеріне сәйкес негізгі элеуметтік инфрақұрылыммен (мектептер, ауруханалар мен түрмелер) бірге ауқымды және қалпына келтіретін тұрғын үй жобаларын қалай қолдайтыны туралы бөлімдерді қамтиды. ИДҰЖ не және қайда салынатынын анықтайды.

2010 жылдың қазан айында алғашқы ИДҰЖ жариялануы және одан кейінгі жаңартулар Үкіметтің экономикалық инфрақұрылымның негізгі секторларында маңызды жобалар мен бағдарламаларды қалай жоспарлайтынын, басымдықтарын анықтайтынын, қаржыландыратынын және жүзеге асыратынын кешенді стратегияны қамтамасыз етті: (көлік; энергия; байланыс; су тасқынынан қорғау; су және қалдықтар; ғылым).

Жалпы алғанда, Ұлыбританияның инфрақұрылымына 2010 жылдан бері төрттен бір триллион фунт стерлингтен астам инвестиция салынды. Бұл инвестициялар жергілікті жерлерде айтарлықтай қызметке айналды. Қазіргі уақытта ел бойынша 3000-ға жуық жеке жоба аяқталды, оның ішінде ондаған ірі жол және жергілікті көлік схемалары, жүздеген теміржол станцияларын қайта құру және 20 ГВт-тан астам жаңа электр қуатын өндіру қуаты бар. 3,5 миллионнан астам үй алғаш рет ультра жылдам кең жолақты Интернетке қол жеткізді, ал 175 000-нан астам үй су тасқынынан жақсы қорғалған. Crossrail және Mersey Gateway көпірі сияқты трансформациялық жобалар салынуда.

ИДҰЖ-дың негізгі бөлімдерінің бірі - "Негіздерді белгілеу", онда Үкіметтің инфрақұрылымды сәтті жоспарлауды қамтамасыз ету, ИДҰЖ шеңберінде алдағы 5 жылға да, ондаған жылдарға да басымдықтар мен қаржыландыруды қамтамасыз ету үшін қандай қадамдар жасайтындығы сипатталған. Бұл өз кезегінде:

– қажетті институционалдық ортаны құру-жаңадан құрылған екі орган, Инфрақұрылым және жобалар Басқармасы мен Инфрақұрылымға қатысты тәуелсіз комиссиясы ұзақ және қысқа мерзімді перспективада кешенді тәсілді қамтамасыз ету үшін бір-бірін толықтыратын орган

- ұлттық инфрақұрылымды қамтамасыз ететін, өсуді ынталандыратын және жеке инвестицияларды ашатын әрбір сектордағы басым инвестицияларға және негізгі жобалар мен бағдарламаларға назар аудару арқылы дұрыс басымдықтарды анықтау

- қажетті қаржыландыру алу, инвестициялардың шамамен 50%-ы жеке инвестициялар есебінен қамтамасыз етілетініне қарамастан, Үкімет Елеулі мемлекеттік инвестициялармен қатар, қаржыландыру көздерін тауып оларға қолдау көрсетеді.

Екінші «Қаржыландыру көздері» бөлімінде жалпы қаржыландыру, жеке инвестицияларды қоса алғанда, бағыттары бойынша бөлуді сипаттайды.

Үшіншіден он үшке дейінгі келесі тараулар жобаларды, қаржыландыру көлемін және әртүрлі ішкі бағыттар бойынша жоспарланған іс-шараларды сипаттайды.

"Сапалы іске асыру және тиімділікті арттыру" 14-тарауында Үкіметтің дұрыс жобаларды анықтау, жоспарлау мен келісу процесін жақсарту, инфрақұрылым шығындарын азайту және неғұрлым білікті және өнімді құрылыс саласын құру үшін қабылдаған әрекеттері егжей-тегжейлі түсіндіріледі.

Айта кету керек, Ұлыбританияның Ұлттық жоспарларында мониторингтің негізгі тетіктері ұсынылады, ал Қазақстанда мемлекеттік жоспарлау жүйесінің барлық құжаттары үшін бірыңғай тәсіл қолданылады. Осылайша, Ұлыбританияның 2016-2021 жылдарға арналған ұлттық инфрақұрылымды дамыту жоспарының «Прогресс туралы мониторинг және есеп беру» 15-тарауында үкімет ақпаратты пайдалана отырып, ИДҰЖ іске асырудағы прогресті қалай қадағалайтынын сипаттайды, әрі басым жобалар мен бағдарламалардың тиісті деңгейде орындалуын қамтамасыз етуде министрлерді, Инфрақұрылым және жобалар Басқармасы (бұдан әрі – ИЖБ) және басқа да мемлекеттік органдарды қолдау үшін ұсынылған.

Есептілік 5 негізгі бағыт бойынша ұсынылады:

- инфрақұрылымдық құбырды үнемі жаңартып отыру
- инфрақұрылымды жақсарту үшін саясаттың негізгі кезеңдері
- сапалы іске асыру және тиімділікті арттыру
- бағдарлама жобаларының басым кезеңдері
- эзирлеудегі ірі жобалар

ИЖБ жыл сайын 2017 жылдан бастап іске асырудағы прогресс туралы жаңартылған ақпаратты ұсынады[7].

Менің ойымша, Ұлыбританияның мониторинг және есептілік бойынша тәсілдерін қолдану Қазақстандағы мониторинг және бағалау процестерінің тиімділігін арттырар еді.

Ұлыбританияда ұлттық деңгейде BS6070 жобалық басқарудың Британдық стандарты қабылданды, оның шеңберінде PRINCE2 әдістемесі қолданылады. Бұл әдістеме жобаларды басқару, бақылау және ұйымдастыру тәсілдерін қамтиды. PRINCE2 жобаны әзірлеу және бақылау кезінде жоба тобының қызметін үйлестіру процедураларын, сондай-ақ жобаны өзгерту кезінде немесе бастапқы жоспардан айтарлықтай ауытқулар болған кезде қолданылатын процедураларды сипаттайды. Әдісте әрбір процесс өзінің негізгі кірістері мен шығыстарымен және жоспардан кез келген ауытқуларды автоматты түрде басқаруға мүмкіндік беретін нақты мақсаттар мен іс-шаралармен анықталады. Процестерді басқарылатын кезеңдерге бөлу арқылы әдіс ресурстарды тиімді басқаруға мүмкіндік береді (PRINCE2).

Осылайша, жобалық басқаруды енгізу мемлекеттік инвестициялық жобаларды табысты іске асырудың құралы ғана емес, бұл ел экономикасын дамытудың, оның әлемдік аренадағы бәсекеге қабілеттілігінің, халықтың әл-ауқатын арттырудың құралдарының бірі. Бірақ сонымен бірге, мемлекеттік саясат екенін атап өткен жөн талданатын елдердің әрқайсысында мемлекеттік басқару құрылымы әр түрлі, және, әрине, қабылданған тәсілдердің тиімділігі талданатын елдерде және біздің елде бірдей болмайды.

Қазақстанда жобалық басқаруды енгізу әрекеттері соңғы бірнеше жылда жүзеге асырылуда. Қазіргі уақытта жобалық кеңселер ҚР Премьер-Министрінің Кеңесі, ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару Академиясы жанынан және кейбір мемлекеттік органдарда құрылған. Бұл ретте жобалық басқару Мемлекеттік басқару жүйесіне жеткілікті түрде енгізілмеген және басқа шет елдердегідей өзінің тиімділігін көрсетпейді. Бұл, ең алдымен, мемлекеттік қызметшілердің жобалық басқарудағы жұмыс алгоритмін түсінбеуіне, бірыңғай тәсілдер мен әдіснаманың болмауына, сондай-ақ жобалық басқаруда білімі мен құзыреті бар кадрлардың жетіспеушілігіне байланысты.

Жалпы, әдіснамалық тұрғыдан алғанда, Қазақстан Республикасындағы саясат пен бағдарламаларды бағалау "нәтижелер бойынша басқару" тәсіліне сүйенеді және тиісінше қол жеткізілген нәтижелер бойынша жүргізіледі, олар көбінесе пайда мен шығын түрінде көрсетіледі немесе баламалы нұсқаларды салыстыру арқылы жүргізіледі. Бұл ретте Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік жоспарлау жүйесінде іске асырылатын (іске асырылған) стратегиялық бастамаларды бағалау іс жүзінде дамымаған және бағалауды жүргізу үшін эксперименттік тәсілдер қолдануды талап етеді.

Бақылау-мониторинг функцияларын қамтамасыз ететін негізгі ведомстволар министрліктер, Президент және Премьер-Министр аппараттары, сондай-ақ жоғары аудиторлық палата, Қаржы министрлігі, Ұлттық экономика министрлігі болып табылады. Бұл ретте бағалау ұғымын тиісті органдар, ең алдымен, қаржылық шығыстардың негізділігі, мақсатқа бағдарлануы және парапарлығы, сондай-ақ нысаналы индикаторлардың мәндеріне қол жеткізу және қол жеткізбеу тұрғысынан қабылдайды. Бұл тәсіл бағалау процесінен негізгі компоненттердің алынып тасталуына әкелді: біріншіден, ағымдағы нәтижелерге әкелетін себептерді анықтау, екіншіден, Бағдарламаның сапасын оның түпкілікті нәтижелері тұрғысынан бағалау.

Стратегиялық және бағдарламалық құжаттарды іске асырудың тиімділігін бағалау қажеттілігі шығындарды бақылаумен ғана байланысты емес. Стратегиялық немесе бағдарламалық құжаттың орындалуын бағалау орындаушылардың назарын нақты нәтижелерге қол жеткізуге бағыттауға көмектеседі; бар тенденцияларды талдау; уақтылы түзетуді қамтамасыз ету; қызмет нәтижелерін жариялау арқылы жұртшылықтың сеніміне ие болу.

Әрине, мемлекеттік басқарудың тиімділігін бағалау көп қырлы және көп деңгейлі процесс болып табылады. Ең үлкен қиындықтар негізгі және қосымша индикаторлар мен көрсеткіштерді, соның ішінде кешіктірілген деп аталатын әсерлерді анықтау болып табылады. Сонымен қатар, мемлекеттік басқару жүйесінің әртүрлі процестері мен тетіктерін

түсінуге және түсіндіруге мүмкіндік беретін сандық көрсеткіштермен және сапалық көрсеткіштермен қатар пайдалану қажет [8].

Осылайша, тиімділік пен нәтижелікті бағалауды жетілдіру процесі жаңа қиындықтар мен мәселелерді ескеруді қажет ететін тұрақты және динамикалық процесс деп айтуға болады.

Қорытынды

Сонымен, Ұлттық жобаларды әзірлеу және іске асыру кезінде жобалық басқару әдістерін қолдануды көздейтін ұлттық жобаларды енгізу мыналарға мүмкіндік береді:

- ведомствоаралық өзара іс-қимылдың тиімділігін арттыру;
- "ешкімді қалдырмау" орнықты дамудың негізгі қағидатын іске асыру, яғни мемлекеттік саясатты жүзеге асыруға барлық стейкхолдерлерді (мемлекет, бизнес, азаматтық қоғам және халық) тарту;
- барлық тәуекелдерді есепке алу және бағалау, сондай-ақ оларды тиімді уақтылы басқару;
- жобалардың экономикалық негіздемесінің сапасын арттыру, атап айтқанда, пайда мен артықшылықтарды, жобаның тиімділігін бағалау.

Бұл ретте ұлттық жобаның негізгі критерийлері:

- белгілі бір салада нақты нәтиже алу;
- саланың барлық проблемалық мәселелерін шешуге (сәбилер мен аналар өлімін азайту, салауатты өмір салтын қалыптастыру, медицина ғылымын дамыту, білікті кадрлармен талқылау және т.б.). Ұлттық жоба нақты нәтижеге қол жеткізуге бағытталуы керек: мысалы, онкологиялық аурулардың төмендеуі немесе балалар арасындағы суицидтің төмендеуі;
- негізделген және бекітілген қаржыландырудың болуы. Мемлекеттік бағдарламаларды іске асыру кезінде қаржыландыру жоспарына түзетулер жиі енгізіледі, осыған байланысты көптеген шаралар қаржыландырусыз қалады;
- белгілі бір нәтижелерге толық қол жеткізілмейді. Ұлттық жобаны әзірлеу кезінде мемлекет қаражатынан ғана емес, жеке сектордан да қамтамасыз етілетін нақты қаржы ресурстары айқындалуға тиіс;
- ұлттық жобаның барлық кезеңдеріне (әзірлеуден бастап бағалауға дейін) барлық мүдделі адамдардың қатысуын қамтамасыз ету;
- іске асырудың басынан аяғына дейін ұлттық жобаға жетекшілік ететін жауапты тұлғаларды анықтау;
- іске асырудың нақты мерзімдері болуы тиіс.

Осылайша, стратегиялық құжатты және оларды стратегиялық және жедел аспектілер тұрғысынан іске асырудың тиімділігін толық, сенімді және уақтылы бағалау олардың әлсіз жақтарын уақытында анықтауға және стратегиялық ортаның талаптары мен өзгерістерін ескере отырып, оларды жүзеге асыру жөніндегі іс-шараларға қатысты ұсыныстар жасауға мүмкіндік береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Ж.К. Бопиева, Т.П. Казакова, Казахстанский опыт оценки эффективности государственных программ // Вестник Института законодательства Республики Казахстан. 2009. № 2 (14) С. 20-27.
2. Нигметов К.К. Оценка стратегий и программ в системе государственного планирования в Республике Казахстан. // Вопросы управления, 2014. С.95-102.
3. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің кейбір мәселелері туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2020 жылғы 5 қазандағы № 427 Жарлығы.
4. Жаңа жағдайдағы Қазақстан: іс-қимыл кезеңі Мемлекет Басшысының 2020 жылғы 1 қыркүйектегі Қазақстан халқына Жолдауы
5. Сингапур үкіметінің веб-сайты <https://www.gov.sg>
6. Сингапурдың Жасанды интеллект ұлттық жобасының ресми сайты <https://www.smartnation.gov.sg/initiatives/artificial-intelligence/>

7. Ұлыбританияның Инфрақұрылымды дамытудың 2016-2021 жылдарға арналған Ұлттық жоспарына әдістемелік нұсқаулықтар <https://www.gov.uk/government/publications/national-infrastructure-delivery-plan-2016-to-2021>

8. Дорошенко С.В., Шамков Ю.В. Ценностно-ориентированное измерение качества государственного управления // Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. Вып. 8. / РАН. ИНИОН. Отд. науч. сотрудничества и междунар. связей; Отв. ред Ю.В. Пивоваров. М., 2013. Ч. 2. С. 27-32.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫДА ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК САТЫП АЛУДЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Көптілеуова Қ.Н.

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті
Экономика және бизнес жоғары мектебі
Мемлекеттік және жергілікті басқару
1-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.
э.ғ.к., профессор м.а.

Кіріспе

Бүгінгі таңда мемлекеттік сатып алуды басқару жүйесінде конкурстық рәсімдерді автоматтандырудың жеткіліксіздігіне байланысты адами фактордың көріну қаупі өткір проблема болып отыр.

Конкурстық рәсімдердің цифрланбауы бизнес тарапынан мемлекеттік сатып алу рәсімдерінің ашықтығына, қабылданатын шешімдердің әділдігіне деген сенімнің төмендеуіне алып келеді, өнім берушілердің конкурстық комиссиялардың шешімдеріне шағымдарының саны артып келеді. Адами фактордың болуына байланысты Мемлекеттік сатып алу жүйесі әлі де сыбайлас жемқорлық тәуекелдері ең жоғары сала болып қала береді.

Бұл жұмыстың мақсаты мемлекеттік сатып алу жүйесін басқарудың цифрлық әдістерін қолдану, оның ішінде әлеуетті өнім берушілер мен қосалқы мердігерлердің біліктілігі туралы деректер базасын құру, шарттардың орындалу сапасын автоматты бағалауды енгізу және адалдық индексі негізінде неғұрлым тиімді өнім берушіні айқындау барысында осы бағалауларды қолдану бойынша ұсынымдар әзірлеу болып табылады.

Мақаланы дайындау барысында зерттеудің дәстүрлі теориялық және эмпирикалық әдістері – талдау, математикалық модельдеу әдісі қолданылды.

Жүргізілген зерттеу нәтижелері бойынша әлеуетті өнім берушілерді іріктеу процесінің ашықтығын арттыру, атап айтқанда мемлекеттік сатып алу туралы орындалған шарттардың сапасын бағалауға және Мемлекеттік кірістер органдарының дерекқорында салық тәртібін бағалауға негізделген әлеуетті өнім берушінің адалдық индексі енгізу бойынша ұсыныстар берілді.

Әдебиеттерге шолу

Мемлекеттік ақпараттық мәліметтер базасын қалыптастыру және мәліметтер базасы арасында автоматты түрде ақпарат алмасу ресейлік сарапшылар И.И.Смотрицкаяның, С.И.Черныхтың «Мемлекеттік басқарудың цифрлық трансформациясының заманауи тенденциялары» жұмысында егжей-тегжейлі қарастырылған мемлекеттік басқарудың цифрлық трансформациясының бастамасы болып табылады.

Мемлекеттік басқару технологиялары Орталығының сарапшылары Добролюбова Е.И., Южакова В.Н., Клочкова, Талапина Э.В. «Нәтижелер бойынша Мемлекеттік басқарудың цифрлық болашағы» жұмысында мемлекеттік сатып алуда цифрлық технологияларды енгізуге көшудің орындылығының негізгі критерийін анықтаған болатын.

Б.Б.Аубакирова, Л.А.Горковенко және О.В.Протасовтың мақаласында электрондық сатып алудың проблемалары мен перспективалары қарастырылған. Электрондық

платформалар мемлекеттік бюджетті тиімді басқаруға, ашық бәсекелестікке және сатып алу процесінің ашықтығына, сондай-ақ бюджет қаражатын игерудің ашықтығына ықпал етеді. Сонымен қатар, платформаның тек сатып алуға қатысушылар үшін ғана емес, сонымен қатар сатып алу процесіне мониторинг пен бақылауды жүзеге асыратын камералдық бақылау органдары үшін де қолжетімді.

Н.Г.Косянның «Мемлекеттік сатып алу жүйесіндегі блокчейн» туралы зерттеген мақаласы бар. Смарт шарт шарттың орындалуын оны іске асырудың барлық кезеңдерінде бақылауға мүмкіндік береді. Блокчейн - бұл белгілі бір ережелерге сәйкес құрылған үздіксіз тізбек. Блокчейнді енгізу делдалдардан аулақ болуға және төлем міндеттемелерін орындау шығындарын азайтуға, соның ішінде сыбайлас жемқорлық тәуекелдерін азайтуға мүмкіндік береді. Адам факторын алып тастау арқылы қателерді жоюды жүзеге асырады.

Зерттеу әдістемесі

Мақаланы дайындау барысында зерттеудің дәстүрлі теориялық және эмпирикалық әдістері – талдау, математикалық модельдеу әдісі қолданылды.

Мақаланы дайындаудың бастапқы кезеңінде мемлекеттік сатып алу саласындағы проблемаларды анықтауда заңдылықтарды анықтау мақсатында отандық және бұқаралық ақпарат құралдарына, ғылыми Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературы мен жарияланымдарға талдау жүргізілді.

Зерттеудің бұл маңызды бөлігі ғылыми зерттеулердің негізгі эмпирикалық әдісі болып табылатын салыстыру әдісімен жүзеге асырылады. Зерттеудің ең кең таралған және әмбебап әдісі ретінде салыстырмалы талдау зерттеу тақырыбындағы ұқсастықтар мен айырмашылықтарды анықтауға ғана емес, сонымен қатар бұрын зерттелмеген қосымша даму перспективаларын анықтауға көмектеседі.

Талдау және салыстыру барысында қолданылатын жалпылау және синтездеу әдістері Мемлекеттік сатып алу саласындағы проблемаларды зерттеу дәрежесі туралы толық түсінік қалыптастыруға және зерттеу тақырыбына жататын және бүгінгі күнге дейін ең өзекті болып қалатын проблемаларды ғана біріктіруге көмектесті.

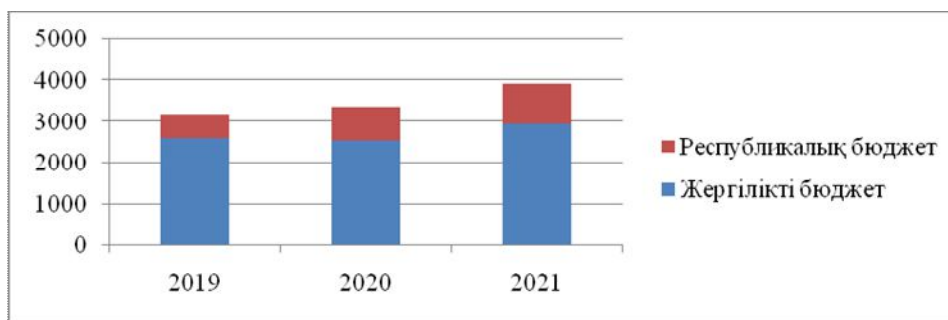
Мемлекеттік сатып алу саласындағы проблемаларды сандық әдістерді қолданбай зерделеу мүмкін емес. Мемлекеттік бюджет қаражатын тиімді пайдаланумен қандай да бір түрде байланысты кез келген зерттеулердің ажырамас бөлігі статистикалық байқауларды жинауды, әртүрлі критерийлер бойынша деректерді іріктеуді, деректерді салыстыру мен салыстыруды, өзара байланыстар мен заңдылықтарды іздеуді, динамика қатарларын анықтауды қамтитын статистикалық талдау болып табылады.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Мемлекеттік сатып алу жүйесін басқару жан-жақты тәсілді қажет ететін процесс, өйткені басқару процесінде тәуекелдер де басқарылуы керек. Осындай тәуекелдердің бірі сыбайлас жемқорлық тәуекелдері болып табылады. Ішкі мемлекеттік аудит комитетінің деректері бойынша мемлекеттік сатып алу рәсімдері бойынша үнемі бұзушылықтар жасалады.

Тауарлар нарығында қарапайым формула бар: өнімді өндіруші, біріншіден, өнімнің техникалық параметрлерін, өндіріске арналған тиісті жабдықтар мен шығын материалдарын зерттеуді қамтитын өз мүмкіндіктерінен шығады. Тұтынушылар нарық ұсыныстарынан шығады, яғни таңдау үлкен, бірақ қолданыстағы модельдер шеңберінде ғана. Тек тауарлардың белгілі бір санаты тұтынушының талаптарына сәйкес өндірілуі мүмкін, бірақ кәсіби (өндіруші) қажетті тауардың параметрлерін әзірлеумен айналысады.

Мемлекеттік сатып алу жүйесі арқылы бөлінетін мемлекеттік бюджет қаражатының көлемі жыл сайын артып келеді. Қазақстанда мемлекеттік сатып алу көлемінің жыл сайынғы өсу серпіні 1-суретте көрсетілген.

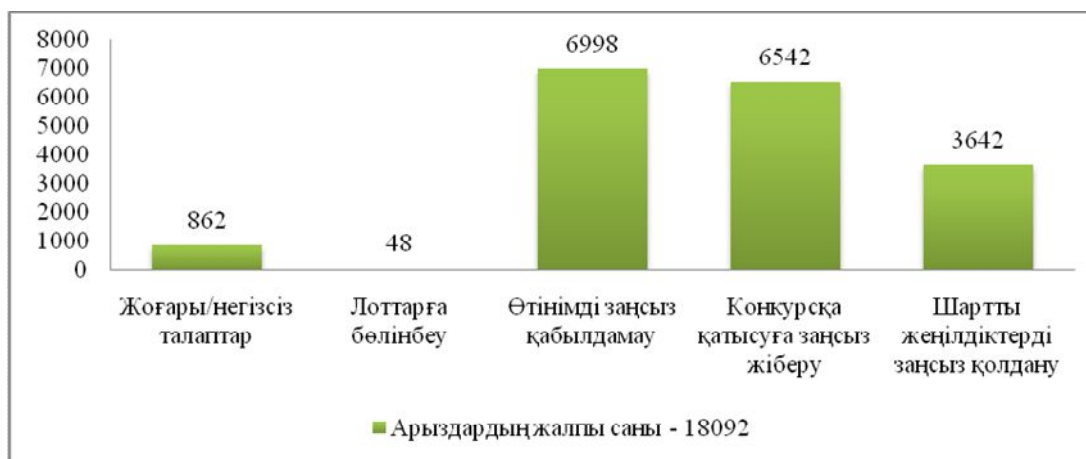


1-сурет - 2019-2021 жылдардағы мемлекеттік сатып алу көлемінің өсу серпіні

Мемлекеттік сатып алу жүйесі арқылы бөлінетін бюджет қаражатының көлемін ұлғайту оның ашықтығына, жеделдігіне және сыбайлас жемқорлық тәуекелдерінен қорғалуына қойылатын талаптарды арттырады. Қазақстанда мемлекеттік сатып алу процестерін оңтайландыру бойынша жұмыс үздіксіз жүзеге асырылуда. ҚР Қаржы министрлігінің соңғы 10 жылдағы негізгі күш-жігері Мемлекеттік сатып алу процестерін толық автоматтандыруға бағытталған, бұл мемлекеттік сатып алу жүйесін цифрлық басқаруға сәтті көшудің кепілі болып табылады.

Бұл ретте цифрландыруды табысты енгізу үшін көптеген стандарттар мен регламенттелген рәсімдерді әзірлеу және қабылдау талап етіледі. Стандарттау мемлекеттік жүйелер мен инфрақұрылымды ақпараттық дамыту үшін маңызды рөл атқаруы тиіс.

Бұл әлеуетті өнім берушілерді шағым беру арқылы бұзылған құқықтарын қорғауға итермелейтін конкурстық комиссияның субъективті тәсілінің ықтималдығы. ҚР Қаржы министрлігінің және Мемлекеттік сатып алу веб-порталының статистикасы ішкі мемлекеттік аудит органдарының қарауына келіп түсетін шағымдар санының жыл сайынғы өсуін куәландырады. Мәселен, 2019 жылы 11690 шағым, 2020 жылы - 16266, ал 2021 жылдың 2,5 айында - 18092 шағым қарауға түсті. 2-суретте көрсетілгендей, 2021 жылы әлеуетті өнім берушілердің шағымдарының едәуір үлесін конкурсқа шартты жеңілдіктерді қолданбау немесе заңсыз қолдану (21%), конкурсқа қатысуға заңсыз рұқсат беру (36%) және конкурсқа қатысуға өтінімдерді заңсыз қабылдамау (39%) құрайды.



2-сурет - 2021 жылы ашық конкурстар өткізу кезінде әлеуетті өнім берушілердің ішкі мемлекеттік аудит органдарына жіберген шағымдарының саны мен сипаты

Сонымен қатар, мемлекеттік сатып алу веб-порталының деректеріне сәйкес шағымдардың жартысынан көбі негізделген және тексеру барысында расталады. Мысалы, Батыс Қазақстан облысындағы конкурстық комиссиялардың жұмысына кәсіпкерлердің

шағымдары 90% жағдайда расталды. Шағымдар негізінен бәсекелестіктің төмендігімен және клиенттердің "өз" жеткізушілерімен келісуімен байланысты болды.

Бұл проблемалар туралы көп және жиі айтылғанымен, конкурстық комиссиялардың жұмысында адалдық пен ашықтықтың жоқтығын ішкі мемлекеттік аудит органдары шағымдар түскен кезде ғана анықтайды, ал қабылданып жатқан шаралар нақты сипатта болады.

Шетелдік тәжірибені талдау конкурстарды өткізу кезінде адами факторды жою жөніндегі мәселені шешу сатып алуды өткізудің интеграцияланған жүйесі арқылы табысты шешілетінін көрсетеді. Оңтүстік Корея интеграцияланған жүйелерді қолданудағы ең табысты тәжірибеге ие. Оңтүстік Кореяның KONEPS электрондық мемлекеттік сатып алу жүйесінің табыстылығы оның бірнеше интеграциясымен қамтамасыз етілген. Бүгінгі таңда KONEPS жүйесі келісімшартты төлеуге дейінгі барлық сатып алу процесін қамтиды және 12 өнеркәсіптік қауымдастықты, 8 өнім сапасын сертификаттау орталығын, 15 банкті, 10 несиелік рейтингтік агенттікті, 5 куәландырушы орталықты және т. б. қамтитын 215 сыртқы жүйемен байланысы бар.

Зерттелген материал мен жүргізілген талдаулар шеңберінде мынадай **ұсыныстар** қалыптастырылды:

1. Сатып алуды жоспарлау процесі бағаны талдау құралының көмегімен бағаны талдау процедурасымен толықтырылсын. "Баға модулі" порталы функционалының деректерін өзектендіру, жеткізушілер туралы ақпаратпен және тауарлардың, көрсетілетін қызметтердің сипаттамаларымен толықтыру. Ол үшін таңертең минималды сипаттамамен өзгерістер енгізу қажет. Сонымен қатар, ағымдағы жылдың нарықтық бағаларын алу үшін сыртқы көздермен біріктіру.

Балама шешіммен нарықты талдау құралын енгізуді ұсынамын. Молдованың IT мамандары ойлап тапқан тәжірибесінде, содан кейін Ресейде бірдей бағдарлама жасалды.. Барлық мәліметтер базасынан бағаларды қалыптастырады.

2. Мамандардың біліктілігінің төмендігінен туындаған проблемаларды шешу үшін мемлекеттік сатып алумен айналысатын мамандарды оқыту мен аттестаттауды енгізу қажет. Қызметті сертификаттау, өйткені Мемлекеттік сатып алушы мамандығы жоқ.

3. Бәсекелестік тәсілмен сатып алу үлесін ұлғайту.

Заңның 13-бабы ЕО сатып алу тәжірибесі бойынша инновациялық әріптестікті сатып алу тәсілімен толықтырылсын. Процедура екі сатылы процедуралар принципі бойынша жүзеге асырылады.

Қазіргі уақытта «Мемлекеттік сатып алу туралы» ҚР заңында бір көзден сатып алудың бәсекеге қабілетсіз тәсілі көзделген, бұл зияткерлік меншік объектілері бойынша шарт жасасу шеңберінде ашықтыққа, сондай-ақ Тапсырыс берушінің өнімді өз талаптары бойынша алу мүмкіндігіне кедергі келтіреді. Сатып алудың қайталануын және бәсекелестік тәсілмен сатып алуды болдырмау мақсатында өзгерістер енгізу қажет. Мемлекеттік сатып алулар барлық мемлекеттік шығындардың маңызды бөлігін құрайды өндірісті өсірудің жақсы құралы бола алады және осы өнімдердің бәсекеге қабілеттілігіне әсер етеді.

Қорытынды

Қазақстан әлемнің дамыған отыз елінің қатарына кіру бойынша стратегиялық мақсатқа ие бола отырып, осы саладағы озық әлемдік үрдістерді ескере отырып, Мемлекеттік сатып алуды қайта құру саясатын жалғастыруда.

Сапалы басқару кезіндегі мемлекеттік сатып алу оларға қатысатын кәсіпкерлер санын ұлғайту және олардың өндірістік қызметін кеңейту жолымен экономиканың өсуінің қосымша резервіне айналуы мүмкін.

Қазақстанда мемлекеттік сатып алуды автоматтандыру бүкіл экономиканы цифрландырудың өсуі шеңберінде осы саланы сенімді және перспективалы дамыту жолындағы бірінші және маңызды кезең болды. Бұл ретте одан әрі дамудың негізгі шарты жаңа әдіснамаларды, модельдерді және IT-шешімдерді қолдана отырып, Мемлекеттік сатып алу жүйесін басқару процестерін үздіксіз жетілдіру болып табылады.

Мемлекеттік сатып алу экономикалық реттеудің маңызды құралы бола отырып, кәсіпкерлікті қолдау мен дамыту үшін тұрақты негіз жасайды. Бұл ретте еліміздегі шағын және орта бизнес саласын табысты дамытудың басты шарттары Мемлекеттік сатып алуға қатысуға тең қолжетімділік пен адал бәсекелестік болып қала береді. Бұл негізінен екі негізгі міндеттің шешілуіне байланысты - бәсекеге қабілетсіз сатып алулардың үлесін азайту және бәсекеге қабілетті сатып алулардағы адалдық пен адалдықты арттыру.

Бұл жобадан мемлекеттік сатып алу жүйесіндегі басқарудың цифрлық және этикалық әдістерін үйлестіру және Мемлекеттік сатып алу бойынша конкурсты толық автоматтандыру мүмкіндіктері зерттелді.

Мемлекеттік сатып алу жүйесін басқаруды жетілдіру нұсқалары ретінде жобадан әлеуетті өнім берушілер мен қосалқы мердігерлердің біліктілігі туралы деректер базасын құру, шарттардың орындалу сапасын автоматты бағалауды енгізу және адалдық индексі негізінде неғұрлым тиімді өнім берушіні айқындау барысында осы бағалауларды қолдану жөнінде ұсынымдар берілді. Мемлекеттік сатып алу конкурстарында жеңімпазды таңдаудың жаңа тетігін қолдану әлеуетті өнім берушілердің жауапкершілігін арттыру және орындаушылық тәртібін жақсарту үшін ынталандырушы әсер етуі тиіс.

Тұтастай алғанда, ұсынылған шаралар адалдық, әділдік және ашықтық қағидаттарына негізделген Қазақстанның Мемлекеттік сатып алу жүйесін одан әрі дамыту үшін пайдалы болуға тиіс.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Постановление Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827 «Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан». <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000827>
2. Доклад министра финансов РК на заседании Правительства «О вопросах госзакупок и закупок квазигоссектора». <https://www.zakon.kz/4955251-doklad-ministra-finansov-rk-na.html>
3. Набиуллин В.Ш., Кузнецова И.В. Международный опыт информационного обеспечения государственных закупок. <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/oyxrb1t0r/direct/59434971>
4. Добролюбова, Е.И., Южаков, В.Н., Ефремов, А.А., Клочкова, Е.Н., Талапина, Э.В., Старцев Я.Ю. Цифровое будущее государственного управления по результатам / Е.И. Добролюбова, В.Н. Южаков, А.А. Ефремов, Е.Н. Клочкова, Э.В. Талапина, Я.Ю. Старцев. — М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. - 114 с.
5. Чинаева Т. Информационно-коммуникационные технологии и развитие цифровой экономики.// Ежемесячный научно-практический журнал «Экономист». Москва. 2018 год, №6, стр. 62-63.
6. Почему в Казахстане наблюдается рост коррупции в госзакупках? - <http://atameken.kz/ru/news/26289-memlekettk-satyp-aluda-para-alushylar-kp> (02.05.2017г.)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ: СУЩНОСТЬ И ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ

Мусағалиев А.М.

докторант ДВА

КазНУ им. аль-Фараби, г. Алматы

Научный руководитель: Тургинбаева А.Н.

д.э.н., профессор

Аннотация

Настоящая статья посвящена определению понятия «конкурентоспособность коммерческих банков». В статье на основе анализа и обобщения имеющихся дефиниций конкурентоспособности банков и компаний в целом предлагается определение и критерии оценки конкурентоспособности банков. Приводятся сущность и факторы, влияющие на конкурентоспособность банков.

Ключевые слова: конкурентоспособность коммерческих банков, банковский сектор, факторы конкурентоспособности коммерческих банков, банковские услуги, конкуренция, конкуренты.

Введение

Изучение конкурентоспособности компаний в различных областях является центральной темой исследований в области стратегического управления на протяжении более 30 лет [1]. Благодаря усилению темпов глобализации, значение конкурентоспособности компаний для всех стран существенно возросло за последние несколько лет. Это в основном связано с новой конкурентной динамикой, с которой сталкивается бизнес, а также с признанной важностью конкурентоспособных компаний для экономического развития [2], [3].

Литературный обзор

Понятие конкурентоспособности используется исследователями как по отношению к странам, регионам, так и по отношению к отраслям и компаниям в зависимости от уровня анализа, применяемого исследователями [4].

На макроуровне национальная конкурентоспособность связана с внутренней производительностью [5] и экономическим процветанием. ОЭСР [6] охарактеризовала национальную конкурентоспособность следующим образом: это - степень, способствующая стране производить товары и оказывать услуги при сохранении ростереальных доходов народа в стратегическом плане на свободном, справедливом рынке, соответствующем требованиям рынков мира.

Региональная конкурентоспособность, также находится на макроуровне и определяется Хаггинсом Р., Изуши Х. и Томпсоном П.[7] как региональная способность добиваться экономического роста относительно других регионов подобного этапа развития экономики, находящийся согласно границам, в собственном страновом или континентальном блоке.

На мезоуровне находится отраслевая конкурентоспособность, как утверждают Портер М. и Ван дер Линде [8], которые определяют ее как среднюю отраслевую производительность или стоимость отрасли, которая представлена ее созданием на единицу вложенного труда и/или на вложенный капитал к одному доллару.

Организация Объединенных Наций, Экономическая комиссия для Латинской Америки и Карибского бассейна оценивают конкурентоспособность отрасли, используя индексы производительности, вклад в национальный валовой внутренний продукт (ВВП) и уровень занятости [9].

На микроуровне конкурентоспособность компании определяется Чиканом А. [10], как «способность компании устойчиво выполнять свою цель: удовлетворять требования клиентов с прибылью ... путем предложения на рынке товаров и услуг, которые потребители ценят выше, чем предлагаемые конкурентами».

Портер М.[5] описывает конкурентоспособность, как источник конкурентного преимущества на конкурентных рынках. Он поясняет, что конкурентное преимущество - это более высокая ценность по сравнению с конкурентами, созданная компанией для своих клиентов, которая превосходит издержки производства компании. Также, он отмечает, что конкурентное преимущество приводит к конкурентоспособности, которая затем отражается на результатах деятельности компании.

Согласно Венкатраман Н., и Рамануджам В. [11], результаты деятельности компании могут относиться к трем областям: финансовые или бухгалтерские показатели, такие как рост продаж и коэффициенты рентабельности; деловые показатели, сочетающие финансовые и операционные показатели, такие как доля рынка, разработка новых продуктов и эффективность; организационная эффективность в отношении удовлетворения конкурирующих интересов заинтересованных сторон.

Киселева Е.Н., Рудская Е.Н. и Болохова Г.А. закладывают в основу понятия как устойчивая позиционная степень коммерческого банка к его основным конкурентам в

условиях функционирующей структуры конкурентного рынка, достижение которого возможно путем формирования уникальности в ценности продуктов и услуг коммерческого банка [12], [13]. Данное определение соответствует дефиниции Чикана А., указанной выше.

Резюмируя все вышеперечисленные дефиниции, мы предлагаем следующее определение конкурентоспособности коммерческого банка: конкурентоспособность коммерческого банка - это соперничество с другими банками и финансовыми/нефинансовыми организациями, призванное формировать оптимальные условия функционирования и создавать широкий перечень финансовых услуг и продуктов, отвечающих потребностям потребителей».

Методология исследования

Был осуществлен анализ и синтез научных публикаций в GoogleScholar, CyberLeninka. Критериями включения публикаций в анализ были наличие ключевых слов и период публикаций с 1990 по 2023 гг. Было изучено 35 литературных источников, из которых 13 публикаций были включены в исследование. При проведении настоящего исследования были применены методы анализа и синтеза данных научной литературы; аналогии (сравнение положений разных авторов); индукции и дедукции - при обобщении изученной научной литературы.

Результаты исследования и дискуссия

В мировом сообществе не выработано единое мнение относительно определения конкурентоспособности коммерческих банков, и рассматривается разными авторами в разрезе трех признаков: поведенческих («конкуренция как борьба, призванная снижать стоимость услуг»), структурных («согласование экономических интересов всех участников») и функциональных («соперничество старого с новым»). Объединяя все признаки, конкурентоспособность коммерческого банка можно определить, как «соперничество с другими банками и финансовыми/нефинансовыми организациями, призванное формировать оптимальные условия функционирования и создавать широкий перечень финансовых услуг и продуктов, отвечающих потребностям потребителей».

Банковскую конкуренцию в современной экономической среде можно рассмотреть на трех уровнях, между которыми существует прямая взаимосвязь: между коммерческими банками - с одной стороны, это соперничество за ресурсы и потенциальных потребителей услуг, с другой - сотрудничество для сохранения непрерывности потоков финансовых средств; между банками и небанковскими финансовыми институтами (страховые компании, инвестиционные фонды и др.), и зачастую осуществляется на таких сегментах рынка как: потребительское кредитование и кредитование субъектов малого бизнеса; между банками и нефинансовыми организациями (промышленные предприятия).

В целом, конкурентоспособность в настоящее время оценивается в отношении коммерческого банка в двух аспектах: общем и глобальном с ориентиром на банковские услуги (кредитные продукты, депозиты, инвестиционные и операционные услуги).

В условиях высокой конкуренции коммерческие банки не имеют больших различий в перечне предоставляемых продуктов и(или) услуг, и как следствие, они в большей степени не придерживаются специфических принципов при формировании своей политики конкурентоспособности, и зависят от общих условий (принципов) среды, где они осуществляют свою деятельность.

На конкурентоспособность коммерческих банков влияет совокупность различных внутренних и внешних факторов.

Так, к внешним факторам относят [12]:

-Существующих конкурентов в банковском сегменте, борьба за место на финансовом рынке с которыми проводится на уровне наличия соперничества коммерческих банков между собой и предоставляющих универсальные и/или специализированные банковские услуги.

-Потенциальные банковские конкуренты, такие как: прямые (схожие товары на одном рынке); товарные (схожие товары на разных рынках); косвенные (различные товары на одном и том же рынке); потенциальные (продажа на разных рынках разных товаров). Для

коммерческих банков угрозу сегодня представляют прямые конкуренты, создающие конкурентную среду путем снижения цены, улучшения условий сотрудничества, расширения линейки продуктов и др., но в тоже время стимулируют их развиваться через оптимизацию своей деятельности, продвижения инновационных продуктов.

–Барьеры входа на рынке услуг коммерческих банков позволяют сократить количество рыночных игроков из-за ограничений получения финансовых ресурсов, установления в деятельности нормативно-правовых ограничений, числа действующих участников, дифференциации банковских услуг, затрат на информационные мероприятия, и маркетинг, учет операционных рисков[12]. Государство ограничивает конкуренцию субъектов коммерческих банков путем введения правовых барьеров, таких как: национальные нормативы, процесс лицензирования, правовые процедуры, страхование, надзорная регулирующая деятельность за банками институционального органа.

–Субституты услуг коммерческих банков, включающие как бюджетные, так и товарные ссуды. Бюджетные ссуды позволяют предоставлять финансовые средства юридическим лицам на основе возврата, возмещения и строгого целевого назначения (банковские гарантии, поручительства, залог имущества). Товарные ссуды предоставляются тогда, когда происходит уменьшение поля товарно-денежных отношений в процессе поставки товаров. Появление заменителей банковских услуг может привести к ограничению возможности извлечения прибыли в каждой конкретной отрасли.

–Потребители банковских услуг: физические лица, а также бизнес-единицы.

–Поставщики ресурсов, необходимые для успешного функционирования банка: финансовые, информационные, трудовые, технологические, материальные ресурсы.

Среди внутренних факторов конкурентоспособности коммерческих рынков мы можем выделить:

–Политика коммерческого банка работы с клиентами включают в себя отношения с органами власти. Такие отношения предусматривают принятие политических и экономических решений, которые направлены на усиление стратегических позиций банка, рост ресурсной базы банка и получение с кредитования стабильной доходности;

–Бизнес-процесс, направленный на создание ассортимента продуктов и услуг банка, утверждение соответствующих тарифов, реализацию банковских товаров, маркетинговую, имиджевую, рекламную, управленческую деятельность, т.е. это то, что регулирует деятельность банка и определяет эффективность и качество ее деятельности;

–Персонал. Банковская система, это место, где игроки (конкуренты) продают схожие продукты и услуги соответствующего ассортимента, качества, стоимости. Отсюда, появляется возможность применять качественный менеджмент и интеллект сотрудников в повышении конкурентоспособности банков;

–Банковские инновации - это важный и стимулирующий фактор функционирования коммерческих банков, который направляет банки разрабатывать новые рыночные инструменты для реагирования на глубокие изменения на банковском рынке;

–Финансовые ресурсы. К ним относятся банковские активы и пассивы, а также динамика, структура, результаты, показатели эффективной работы, кредитный и инвестиционный портфели и др.

–Клиентская база, сформированная на основе потребительского спроса.

Для эффективного управления конкурентоспособностью, а также ее повышения, целесообразно каждой организации определять самые первостепенные факторы конкурентоспособности, с учетом специфики их деятельности и функционала.

С целью, быть конкурентоспособным, коммерческий банк должен иметь конкурентные преимущества, которых можно добиться путем: 1) саморазвития (совокупность мероприятий, направленных на усовершенствование собственной активности); 2) истощения конкурентов посредством вербовки высококвалифицированного и опытного персонала,

доступа к логистической цепочке на основе уникальной дистрибуции;3) изменения самой рыночной среды.

Несмотря на то, что банковские структуры осуществляют свою деятельность на общем финансовом рынке, конкуренция между данными организациями имеет свою специфику в отличие от других структур: значимость успеха в конкуренции среди банков значительно выше; имеет большую социальную значимость, так как «прямыми» потребителями услуг является население; участие в финансово-промышленных группах. К примеру, в США, Японии и ряде Европейских стран (Нидерланды, Великобритания, Испания) регулируются нормы по приобретению доли участия в нефинансовых организациях, тогда как в Бельгии и Испании - полностью запрещено; ограниченность перечня банковских услуг; ограничение свободы со стороны государственного сектора или другими структурами, наделенными регулируемыми компетенциями. В Европейских странах деятельность коммерческих банков регулируется центральным банком, тогда как Япония и США используют гибридную форму, и разделяют функционал по надзору с другими органами.

На конкурентоспособность коммерческих банков влияет совокупность различных факторов, большая часть которых выходит за пределы внутренней среды. К внешним факторам относят существующих конкурентов в банковском сегменте; потенциальных конкурентов по аналогичным товарам; входные барьеры на рынке банковских услуг; заменители банковских услуг (товарные и бюджетные кредиты), потребители банковских услуг; и поставщики ресурсов. Внутренними факторами выступают взаимодействие с властями, бизнес-процессы, кадры, ресурсы (финансы, инновации) и клиентская база.

Выводы

Исходя из вышеизложенного, следует отметить, что конкурентоспособность коммерческих банков играет важную роль, как для экономики страны, так и для отдельно взятого банка или сети банков. При разработке стратегических или тактических планов, направленных на повышение конкурентоспособности банков следует учитывать принципы и факторы, внутренние и внешние, влияющие на конкурентоспособность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Hurley, C. O. (2018). MSME competitiveness in small island economies: a comparative systematic review of the literature from the past 24 years. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1-42. doi:10.1080/08985626.2018.1515822
2. The World Bank. 2012. *World Development Report 2013*.
3. Delbari S. A., Ng S. I., Aziz Y. A., Ho J. A. Measuring the Influence and Impact of Competitiveness Research: A Web of Science Approach. *Scientometrics* 105 (2): 773–788. 2015. doi:10.1007/s11192-015-1731-2
4. Krugman P. Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs* 73 (2): 28–44. 1994. doi:10.2307/20045917.
5. Porter, M. E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
6. OECD. *Technology and the Economy: The Key Relationships*. In *Technology/Economy Programme*, Paris: Organization for Economic Co-operation and Development. 1992.
7. Huggins R., Izushi H., Thompson P. Regional Competitiveness: Theories and Methodologies for Empirical Analysis. *Journal of CENTRUM Cathedra: the Business and Economics Research Journal* 6 (2): 155–172. 2013. doi:10.7835/jcc-berj-2013-0086.
8. Porter M. E., C. van der Linde. Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship. *The Journal of Economic Perspectives* 9 (4): 97–118. 1995. doi:10.1257/jep.9.4.97
9. Harris M. *The Current Situation of Small and Medium-Sized Industrial Enterprises in Trinidad & Tobago, Barbados and St. Lucia*/Michael Harris. Santiago, Chile: United Nations, Economic Commission for Latin America and the Caribbean. 2000.
10. Chikan A. National and Firm Competitiveness: A General Research Model. *Competitiveness Review: An International Business Journal* 18 (1/2): 20–28. 2008. doi:10.1108/10595420810874583.
11. Venkatraman N., Ramanujam V. *Academy of management review: Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches*. 1986. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1986.4283976>
12. Киселева К.П. Факторы конкурентоспособности коммерческого банка. Ж.: Наука, техника и образование. – 2016.
13. Рудская Е.Н., Болохова Г.А. Клиентский опыт как инструмент конкурентоспособности коммерческих банков//Молодой ученый. - 2016. - №11. - С. 937-948

ТРАНСҰЛТТЫҚ КОРПОРАЦИЯЛАРДЫҢ НЕГІЗГІ БӘСЕКЕЛЕСТІК АРТЫҚШЫЛЫҚТАРЫНЫҢ СИПАТТАМАСЫ

Актымбаева Д.Т.
Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
Экономика және бизнес жоғары мектебі,
«Менеджмент» мамандығы, 2-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.
э.ғ.к., профессор м.а.

Кіріспе

Дүниежүзілік шаруашылықтың дамуы шаруашылық қызметтің барлық жақтарын интернационалдандыруды дамыту жағдайында өтті. Бүкіл әлем жетекші трансұлттық корпорациялардың (ТҰК) қызметінің аренасына айналуға, халықаралық еңбек бөлінісі тереңдей түсуде, сыртқы сауда мен халықаралық экономикалық байланыстардың көлемі, динамикасы мен маңызы еселеп артуда.

Бүгінгі таңда жаһандық трансұлттық корпорациялар халықаралық еңбек бөлінісінің ең маңызды және ең тиімді құралына айналып отыр, ал нақты елдердің экономикалық табысы көбінесе олардың осы еңбек бөлінісінде қандай орынға ие болғанына байланысты. Жаһандану процесі әлемдік экономиканың қызмет ету сипатына әсер етті және жекелеген мемлекеттердің экономикалық жүйелерінің неғұрлым ашықтығына, аймақтық интеграциялық процестердің күшеюіне, кәсіпкерлікті реттеу мен операцияларды жүргізу нормалары мен ережелерінің біркелкілігіне, капитал қозғалысына, инвестицияға және төлемдердің жұмыс істеуіне қойылатын талаптарды стандарттауға алып келді.

Жаһанданудың дамуы бәсекенің сипатының өзгеруіне және күшеюіне алып келді. Әлемдік ірі компаниялардың бәсекеге қабілеттілігінің жаңа мазмұны операциялардың жаһандық сипатымен, ақпараттық технологиялардың кең таралуымен, дамыған елдер мен экономикасы дамып келе жатқан елдердегі ТҰК арасындағы бәсекелестіктің күшеюімен, фирмааралық ынтымақтастықтың дамуымен және экономиканы мемлекеттік реттеудің сипаты мен әдістерінің өзгеруімен байланысты. Қазіргі уақытта әлемдік экономиканың маңызды белгісіне айналған өз салалары мен экономика секторларының жетекші ТҰК-көшбасшыларының шағын тобының бәсекеге қабілеттілігінің тұрақты өсуі байқалады. Өткізу көлемі, пайда және капиталдандыру бойынша жетекші ТҰК әлемдік экономикада негізгі орындарды иеленді.

Бұл мақалада экономиканы жаһандандыру процесінің басты қатысушыларының – трансұлттық корпорациялардың бәсекелестік артықшылықтары мен мүмкіндіктерін зерттеуге арналған. Елдегі ТҰК негізгі көрсеткіштері анықталды. Мақалада тікелей шетелдік инвестицияларды тартудың негізгі факторлары зерттелді. Шетелдік инвестициялар ағынына әсер ететін факторлар бойынша ғылыми пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыге шолу жасалды.

Әдебиеттерге шолу

Республиканың ірі кәсіпорындары арасында көлемі, кәсіпорындардың құрамы, меншік құрылымы, ұйымдастыру нысаны және басқару жағдайы бойынша ерекшеленетін жүзге жуық салыстырмалы ірі корпоративтік бірлестіктер құрылған болатын. [1]

Қазіргі уақытта трансұлттық корпорациялар әлемдік өнеркәсіптік өндірістің 50%-ын, халықаралық сауданың 60%-дан астамын, жаңа техникаға, технологиялар мен ноу-хауға патенттер мен лицензиялардың 80%-дан астамын, тікелей шетелдік инвестициялардың 90%-ға жуығын бақылайды. [2] Қазақстанда корпоративтік құрылымдардың төрт тұрақты түрі көрініс табууда (1-кесте).

Қазақстандағы ірі корпорациялардың негізгі түрлері

Корпорация түрі	Мысалдар
Ұлттық және мемлекеттік компаниялар	«ҚазақОйл» ұлттық мұнай компаниясы, «ҚазТрансОйл» Ұлттық мұнай тасымалдау компаниясы, «Қазатомөнеркәсіп» Ұлттық атом компаниясы, «Жібек жолы-Қазақстан» Ұлттық компаниясы, «KEGOC» АҚ, «Мемлекеттік азық-түлік корпорациясы» АҚ (мемлекеттік қорларды сақтау және жаңарту, экспорттау үшін астық және оны қайта өңдеу өнімдері), «Қазақстан темір жолы» республикалық мемлекеттік қазыналық кәсіпорны, «Air Astana» ұлттық әуе тасымалдаушысы, «Қазақтелеком» АҚ, «Қазақстан Халық жинақ банкі» АҚ, Ұлттық ғылымдар академиясы
Мемлекет құрған және жеке жобалар бойынша жекешелендірілген акционерлік қоғамдар	«Қазақмыс корпорациясы» АҚ, «Қазмырыш» АҚ, «Қазақстан алюминийі» АҚ, «Өскемен титан-магний комбинаты» АҚ, «Маңғыстаумұнайгаз» АҚ, «Ақтөбемұнайгаз» АҚ, «Қазхром» АҚ, Соколовско-Сарыбай тау-кен байыту өндірістік бірлестігі, «Шығыс Қазақстан» АҚ, «Мыс-химия комбинаты» АҚ, «Борлы» АҚ
Нарықтың өзін-өзі ұйымдастыру әдістерімен құрылған жеке корпорациялар	«Каспий Банкі» АҚ, «Freedom Finance» АҚ, «Банк ЦентрКредит» АҚ
ТҰК Қазақстандағы филиалдары	«Теңізшевройл» БК (Шеврон), «КазakhstanКаспийшельф» АҚ және «ОКІОС» АҚ (Agip, BG, BP/Statoil, Mobil, Shell, Total, INPEKS, Philips, ЛУКойл), «Харрикейн Кумколь Мұнай» АҚ (Harricein), «Испат-Кармет» АҚ (LNM Group), «Қазақстан алюминийі» ААҚ және «Қазхром» АҚ (Trans World Group), «Қазақмыс Корпорациясы» ААҚ (Samsung), «Қазцинк» ААҚ (Glencore International AG), Алматы темекі фабрикасы (Филип Моррис), «Coca Cola Almaty Bottlers» АҚ (Coca Cola), «Альфа-Банк Қазақстан» АҚ (Альфа тобы)
Ескерту: [3] әдебиет негізінде құрастырылған	

Шетелдік инвесторлар негізінен Қазақстанның минералдық ресурстарына, ең алдымен мұнайды игеруге қызығушылық танытуда. Ірі корпорациялар мен кәсіпорындардың шаруашылық қызметін трансұлттандыру ұлттық капиталдың әлемдік экономикаға тиімді қатысуының маңызды және қажетті шарты болып табылады. [1]

Атақты американдық зерттеуші Майкл Портер әзірлеген бәсекелестік артықшылықтар теориясына жүгінсек, ұйымның, атап айтқанда, трансұлттық корпорациялардың бәсекелестік артықшылықтарының екі категориясын бөліп көрсету қажет: өндіріс процесінде төмен шығындарды қамтамасыз ету; тауар санаттарын саралау мүмкіндігі. [4] Егер ұйымда шығындардың төмен деңгейін қамтамасыз ету мүмкіндігі болса, онда кәсіпорын өз өнімін ең аз жұмсалған ресурстармен жасай алады. Әлемдік нарықта және жоғары бәсекелестік жағдайында бұл фактор бәсекелестік артықшылықты арттыруда маңызды рөл атқарады. Егер ұйым, Майкл Портердің пікірінше, тауарлардың сараланған жиынтығын жасаса, онда бұл сәт тұтынушыға үздіксіз жаңартылатын және үздіксіз өндіріс және жеткізу процесі арқылы қамтамасыз етілетін әртүрлі және жоғары сапалы тауарлардың үлкен көлемін ұсынуға мүмкіндік береді. [5]

Әдіснама

Трансұлттық корпорациялардың халықаралық аренадағы бәсекелестік артықшылықтарын анықтайтын факторлардың бес негізгі категориясы бар деген ұстаным

бар: ресурстық факторлар; технологиялық факторлар; инновациялық факторлар; мәдени және жаһандық факторлар.



Сурет 1 - Трансұлттық корпорациялар халықаралық нарықтарда кенеюге мүмкіндік беретін бірқатар бәсекелестік артықшылықтарға ие :
Ескерту : [6,7] Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературы негізінде құрастырылған

Соңғы жылдары инвестициялық тартымдылық барлық күрделі салымдардың 2/3 дерлік тартылған Қазақстанның өнеркәсіптік нақты секторларының үлесіне тиесілі. Қазақстан Республикасы Инвестициялар және даму министрлігінің 2017-2021 жылдарға арналған стратегиялық жоспарларының бірі инвестициялық ахуалды жақсарту, оның ішінде ТҰК-ны шикізат секторына емес, өңдеу өнеркәсібіне тарту арқылы әртараптандырылған экономиканы дамыту болып табылады. Қазақстанға тікелей шетелдік инвестициялардың келуі бірлескен және еншілес кәсіпорындар құру, шетел капиталының қатысуымен мемлекеттік кәсіпорындарды жекешелендіру, ірі өнеркәсіптік кәсіпорындарды шетелдік фирмалардың басқаруына беру және банк секторына инвестициялау арқылы жүзеге асырылады. Республикаға тікелей инвестицияларды тартудың негізгі нысаны біріккен кәсіпорындар (БК), аз дәрежеде – 100% шетелдік капиталы бар – еншілес кәсіпорындар болып табылады. Олардың көпшілігі Түркия, Ресей, Қытай, Германия, Америка Құрама Штаттары, Италия, Оңтүстік Корея, Ұлыбритания және басқа елдермен бірлесіп ұйымдастырылады.[2]

Нәтижелер және талқылау

Жоғарыда келтірілген ақпараттық деректер мен ұстанымдарды қорытындылай келе, бәсекелестік артықшылықтардың барлық факторлары мен олардың қалыптасуына ықпал ететін көздер төменде ұсынылған кесте шеңберінде қалыптастырылған (Кесте-2):

ТҰК-ның бәсекелестік артықшылықтары және олардың қалыптасу көздері

Артықшылықтарды қалыптастыру факторлары	Факторлардың көріну көздері
Экономикалық	Ішкі ұйымдық сипаттағы факторлар: ауқымды үнемдеудің болуы, тәжірибедегі тиімділік, экономикалық әлеуеттің көрінісі, тұрақты қаржылық ресурстарды тиімді пайдалану. Нарық факторлары: оңтайлы нарықтық жағдай, сұраныстың біртіндеп өсуі, мемлекеттік ынталандырулар
Құрылымдық	Бизнес интеграциясы келесі сценарийлер бойынша жүзеге асуы мүмкін: Регресс - Жабдықтаушылар жеке меншікте немесе қатты бақылауда болуы мүмкін Прогресс – тауарларды немесе қызметтерді таратудың қолданыстағы жүйесімен интеграция бар Көлденең интеграция – біртекті өнімдерді өндіру бойынша ұйымдар арасындағы кооперация мен өзара эрекеттестік деңгейінің жоғарылауы.
Технологиялық және ғылыми-техникалық	Қолданбалы ғылыми-техникалық білімді үздіксіз дамыту және жетілдіру. Технологиялық өндірістің ерекшеліктерін есепке алу
Ақпараттық факторлар	Нарықтың жай-күйі, сатушылар, бәсекелестер туралы ақпараттық деректердің, қызметті нормативтік құқықтық қамтамасыз ету, нарықтың құрамы мен инфрақұрылымы туралы мәліметтердің болуы
Географиялық факторлар	Кәсіпорынның аумақтағы тиімді жағдайы
Материалдық емес факторлар	Беделге қатысты активтер: компания атауы, брендті дамыту ерекшеліктері, тұтынушылармен, қоғаммен немесе мемлекетпен қарым-қатынас
Инфрақұрылымдық позициялар	Байланыс құралдарының жалпы жағдайы және дамуы. Еңбек нарықтарын ұйымдастыру.
Ескерту: [6] әдебиет негізінде құрастырылған	

Трансұлттық корпорацияның кез келген бәсекелестік артықшылықтары келесі позицияларға жауап беруі керек:

1. Олар мәнді және бәсекелестерден ерекшеленуі керек.
2. Сатып алушылар белгілі бір трансұлттық корпорацияның бәсекелестік артықшылықтарын ажырата білуі керек.
3. Трансұлттық корпорациялардың бәсекелестік артықшылықтары сыртқы ортаның өзгеруі жағдайында өзіндік маңыздылығын сақтай отырып, тұрақты негізге ие болуы керек. Бәсекелестер бұл жағдайда оларды іс жүзінде қайталай алмайды.
4. Белгілі бір трансұлттық корпорацияның барлық бәсекелестік артықшылықтары бірегей негізге ие болуы керек.
5. Компания үшін мұндай бәсекелестік артықшылықтар барынша тиімді болуы керек.

Қорытынды

Нарықтың жаһандануының, капиталдың интернационализациясының, сауда мен инвестициялардың жаңа жағдайына бейімделу үшін трансұлттық корпорациялар өздерінің бәсекелестік стратегияларын бірінен соң бірі түзетіп дамытты, оның ішінде бәсекелестік тұжырымдамасы, нарық стратегия, бизнес стратегиясы және инвестициялық стратегиялар бар. Тікелей шетелдік инвестициялардың қарқынды өсуі, технологиялық еңбек бөлінісінің фирмалардан, салалардан және ұлттық шекаралардан тыс кеңеюі әртүрлі елдерде және әртүрлі континенттерде филиалдары бар алып халықаралық ғылыми-өндірістік кешендердің

пайда болуымен бірге жүреді. Трансұлттық корпорациялар дүниежүзілік шаруашылықты халықаралық өндіріске айналдырып, оның барлық бағыттары бойынша ғылыми-техникалық прогрестің жеделдетілуін қамтамасыз етуде – атап айтқанда өнімнің техникалық деңгейі мен сапасын, өндіріс тиімділігін, басқару формаларын және кәсіпорынды басқаруды .

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Зайнал, М.; Изтаева, А.. Роль транснациональных компаний и доля их инвестирования в приоритетных секторах экономики РК. Вестник КазНУ. Серия Экономическая, [S.l.], v. 128, n. 2, p. 148-161, June 2019. ISSN 2617-7161.
2. Сидоров О. Влияние транснациональных корпораций на экономику Казахстана, <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1118247960>
- 3, Шестоперов О. Современные тенденции развития государственных холдингов в Казахстане // Вопросы экономики. - 2012. - №1. - С.3.
4. Портер, М. Конкурентная стратегия / М. Портер. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 453 с.
5. Портер, М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 716 с.
6. Шапочка, П. А. Характеристика основных конкурентных преимуществ современных транснациональных корпораций / П. А. Шапочка, Т. В. Дмитриева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 52 (342). — С. 364-366. — URL: <https://moluch.ru/archive/342/76898/>
7. THEORETICAL ASPECTS OF COMPETITIVENESS ANALYSIS OF THE TRANSNATIONAL CORPORATIONS K. Yutai Scientific Supervisor – M. N. Chuvashova, 2019

IMPROVING THE CORPORATE GOVERNANCE SYSTEM IN THE BANKING SECTOR OF KAZAKHSTAN

Issakhan A.

Higher School of Economics and Business
Management (RUDN), 2nd year master's student

Scientific supervisor: Turginbayeva A.N.
Head of the Department, Associate Professor

Abstract

The quality of corporate governance during the transformation of the banking system is a risk of many factors, but corporate governance within each company plays a special role. The topic of corporate governance in the banking sector has recently become increasingly relevant. The necessity of this requirement is explained by the peculiarity of the relations developing within the joint-stock company and the need to build economically correct and transparent relations. This is the reason why more attention should be paid to relationships within the company in order to realize the corporate spirit and team cohesion. In the modern economy of Kazakhstan, the banking sector plays a particularly significant role. With a sound banking system, a well-structured strategy, a corporate model and effective project management, a significant achievement of a progressive economy of the country can be achieved, which in turn will ultimately improve the efficiency and strengthen the foundation of the national economy.

Keywords: banking sector, corporate governance, shareholders, principles of corporate governance of the bank.

Introduction

Properly set corporate governance in the banking sector is determined by the efficiency of the functioning of the banking sector and the economy of the country. Corporate governance in banks is an important topic, since deficiencies in bank management can lead to problems spreading throughout the banking system and if widespread, can destabilize the financial system as a whole. A company (including the banking sector) that has developed a management system brings huge

benefits to investors and creditors, but employees, buyers and society also have their advantages from this. The development of the management system of societies contributes to a healthy economic climate, which contributes to the inflow of domestic and foreign investments. And it is supposed to create new jobs and improve the well-being of the country's population. Since all of these factors have a huge impact on the country's economy, poorly formed corporate governance in the banking sector is a fundamental problem.

Corporate governance in the banking sector occupies a very important place in Kazakhstan. However, given the successful steps taken to implement the current level of corporate governance in Kazakhstan, it is impossible to ignore the fact that the current state has a number of problems and shortcomings. This is usually due to the human factor. It can also include factors such as violation of internal quality control mechanisms and external audit. Misunderstandings between owners and senior managers also plays a role, the former are interested in increasing investment profits, and managers have their own personal interest and are not interested in the owners' goals. All these factors make it necessary to improve corporate governance models in the banking sector.

The purpose of the study: to search for methods to improve transparency and accountability to the board of directors and managers, thereby rising productivity and the excellence of organizational efficiency.

Material and Methods

The methodological basis of the article is a comprehensive analysis of the key provisions of economic theory, state regulatory documents and the conclusions of the study of Kazakhstan scientists and their foreign colleagues. Classical scientific methods such as scientific abstraction, comparison and analogy were used in the implementation of the tasks of the provided research.

Comparing elements according to various corporate governance criteria is a relative method of evaluating the effectiveness of corporate governance. At the same time, an expert assessment of the development of state legislation on corporate governance, the degree of its implementation, the development of the stock market and the bankruptcy mechanism, that is, an assessment of external corporate governance mechanisms, is being carried out. When evaluating internal mechanisms, the work of the board of directors is considered, for example, as the ratio of internal and external directors, the structure, the method of activity of the Management Board and other indicators related to the specifics of the work of the board of directors. In addition, the regulation on the well-established remuneration of managers is being considered. In particular, the degree of coincidence of the interests of the manager and the owner, depending on the payment system. All these methods have a predetermined significance in the conditions of Kazakhstan.

Literature review

Proper development of relations between the company and various stakeholders, which corporate governance is aimed at, should contribute to improving the efficiency of the company's activities. Tang Yu noted that banks, as necessary financial institutions, occupy a significant place in the economy of each country. They relate to the relationship between management and various shareholders, as well as investors. In recent decades, corporate social responsibility (CSR) reports have attracted increasing interest both in academic research and in active practice [8]. Researchers Addon, Hussain and Iqbal in the article Corporate Governance and Risk of the Banking System, where they review the merger hypothesis, they provide new evidence that large banks have a higher complex risk when external and internal management mechanisms complement each other. From the beginning of 2000 to 2016, they investigated the pattern of large European banks. The analysis is carried out in order to study the relationship between various internal and external mechanisms of enterprise management, as well as systemic risk. In particular, they analyze how monitoring of institutional investors complements or changes various management mechanisms in the Board of Directors when determining the bank's systemic risk. In practice, the results of this study show that, given the structural and resource constraints of banks, managers should be informed about how different combinations of management methods lead to the same systemic risks that shareholders require. Thus, banks should consider trading as strategic, linking with the simultaneous

implementation of various control mechanisms. In addition, banks have the strategic flexibility to develop a number of management methods to achieve the desired level of systemic risk.

Researchers Anginer D., and Huizinga H. in a team with Ma K. wrote in 2018 that the global financial crisis led to a review of corporate governance practices in banks, with some politicians wondering to what extent managerial entrenchment and the inability of boards of directors to control executives could lead to excessive risk and financial instability. However, from a theoretical point of view, it is not at all obvious that the introduction of good governance methods, such as the presence of an independent board of directors, should lead to less risk. According to the results of these studies, it was revealed that in the second largest world, where there are undervalued financial protection systems and policies "too large to fail", "better" corporate governance can lead to worse results[2]. To prevent this, regulatory and social protection reforms should be a priority to address problems that could lead to bankruptcy and reduce moral hazard resulting in excessive risk-taking by banks. After such reforms, arguments in favor of "better" corporate governance in banks they would have become much stronger.

NurlanOrazalin, a professor who analyzed the state of corporate governance in Kazakhstan, claims that the Corporate Governance Code was developed in accordance with the principles of the Organization for Economic Cooperation and Development to increase transparency, accountability, honesty, impartiality, burdensomeness, and professionalism to promote competent corporate governance in Kazakhstan. Corporate governance activities in Kazakhstan are also influenced by laws and regulations. They consider such laws as the Law on Accounting and Financial Reporting, the order on joint-stock companies. This list is also supplemented by the Laws on Banks and Banking Activities and the resolution on the securities market[6]. Despite the fact that the first attempts to promote effective corporate governance practices were made at the beginning of the twenty-first century, the situation with corporate governance in Kazakhstan is still in its infancy. Which means that the topic of corporate governance effectiveness in general, including in banks, requires additional research and improvement.

The fact that little has changed in the banking sector of Kazakhstan in terms of risk management and corporate governance is evidenced by a recent Moody's report dated July 2019: "Fraudulent transactions and the deterioration of the financial situation due to the poor quality of corporate governance have led to the closure of a number of banks[5]. The risks caused by the critical dependence of the business on a key shareholder or manager, as well as transactions with related parties in Commonwealth of Independent States banks are higher than anywhere else." According to the agency, loans to affiliated parties in the Second-tier banks of the Commonwealth of Independent States countries on average amount to 50% of the base capital and 8% of the loan portfolio. It is noteworthy that in a similar report for 2011, the agency stated that at the end of 2010, the average level of loans issued by Commonwealth of Independent States banks to related parties amounted to 50% of the share capital and 10% of the total loans. As can be seen from these studies, little has changed in the situation with insider lending over the past nine years.

The authors Ganga, Meles and Daniele (2018) conducted research on the topic of Sustainable development and corporate governance in the financial system, as a result of which they identified two main factors. It was found that banks with effective corporate governance mechanisms are more likely to take environmentally sound actions. They achieved another discovery by controlling the problems of regular selection errors. A negative relationship was found between the involvement of corporate social responsibility and corporate governance mechanisms with the risk of banks. This study revealed a positive relationship between management decisions that are considered the most effective at the board of director's level with the bank's environmental obligations. To disclose this connection, they needed to focus on the composition of the board of directors and its audit function[4].

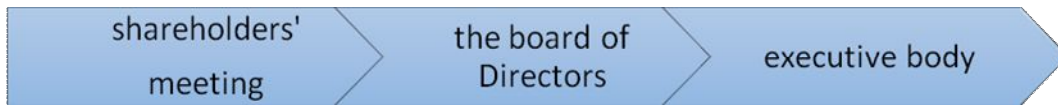
There are also studies that show that the effectiveness of management does not affect financial performance, for example, as in the work of Mohammad Hassan Shakil, Nihad Mahmud, MashetTasnia, ZialMunim Cross-country Study of Emerging Market Banks. Unfortunately, research into the current experience and performance of banks is limited, especially in emerging economies.

emerging market states are presented as accelerators of global economic growth. Banks play a major role in ensuring stable economic and financial growth in developing countries[7]. But despite the rapid progress of emerging markets, the publication in the bank's annual report is disappointing.

Of course, there is a wide abstract and empirical literature on both sides, but very few of them are compared by the financial indicators of the company. However, the literature on financial indicators suitable for corporate governance in the banking sector is still limited. Especially in the context of emerging markets. striving for continuous improvement and convergence of developed countries, emerging market banks can invest in improving their performance, which should have a positive impact on their financial performance in the medium and long term.

Results and Discussion

Corporate governance of joint-stock companies in Kazakhstan is based on the Law "On Joint-Stock Companies" dated May 13, 2003 No. 415[9]. According to this legal act, the basic organizational structure of the JSC includes three levels.

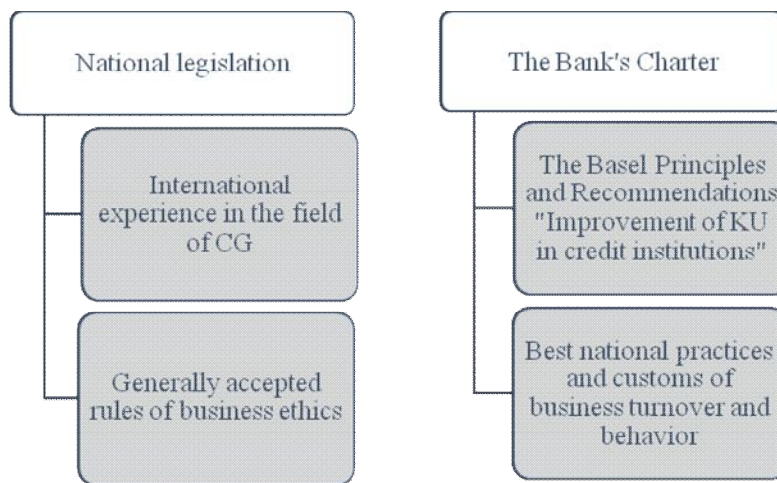


Picture 1 - The main organizational structure of Kazakhstan companies

The corporate governance constitution is obliged to ensure the strategic management of the company, effective control over management by the management board, supervision of the Board of Directors over the management board, as well as accountability of the Board of Directors to shareholders.

However, a high degree of centralization of corporate governance can lead to a low degree of economic sovereignty of the corporation's divisions. Such a management system is characterized by strict subordination of the lower levels of management to the highest managing and indirectly to the director corps and personally to the general director. In which they often do not bear the corresponding responsibility for the results of economic activity. This largely serves as an obstacle to the development of corporate governance.

In order to improve the efficiency of management and achieve the statutory goals, Kazakhstan Second-tier banks adopt and adhere to the codes of management, which are based on:



Picture 2 - Management codes that Kazakh banks adhere to
Source: compiled by the author

Codes are positioned as sets of norms regulating two types of relations: a bank with its shareholders; relations between bank employees.

In this regard, the CG codes of Kazakhstan's second-tier banks are of the same type. If we consider them on the example of the codes of several banks from the top ten second-tier banks in terms of assets - JSC ForteBank.

A significant disadvantage of the corporate codes of Kazakhstan's second-tier banks is the lack of a preamble, whereas the general provisions are placed in the first articles. At the same time, the issues necessary for the presentation in the preamble are somehow placed in the final provisions.

The study showed that excessive regulation is expensive due to the constant increase in the need for resources to administer and monitor the implementation of laws and regulations. Excessive regulation will lead to the withdrawal of small banks from the market, a general decrease in the attractiveness of banks for customers, the expansion of the field of influence of bureaucracy and the creation of a false sense of security. Today, these processes in Kazakhstan are unnecessary and dangerous. On the contrary, a qualitatively new level of banking supervision and regulation is required, including compliance (in the applicable part) with the requirements for banks' business processes, taking into account international standards in the field of quality management.

JSC "Kaspi Bank" declares that its activities are based on the following principles of corporate governance:

Table 1

The principles by which the "Kaspi Bank" is restrained

1) protecting the rights and interests of shareholders;	4) legality and ethics;
2) effective management of the bank by the board of directors and the Management Board;	5) effective dividend policy;
3) transparency and objectivity of disclosure of information about the bank's activities;	6) effective personnel policy
Source: compiled by the author based on the report of the "Kaspi Bank"	

Based on these data, it can be concluded that Kazakhstan's joint-stock companies are elements of an extraneous model. If we check whether this is true on a sample of the management structure of JSC "Kaspi Bank", studies show that an increase in the corporate governance index by 1 percent increases the annual turnover of the firm by 1.2 percent over the next year. And there are shortcomings in the corporate governance system of the bank mostly tangible is the fact that the board of directors cannot be called independent. This means they have leverage over other directors, since they are "shareholders". That is, the company represented by 2 board directors and also shareholders can, if necessary, remove "undesirable" managers by appointing loyal persons. At the same time, there are practically no external corporate governance mechanisms, because the bank's shares are not in free circulation, therefore, market mechanisms of influence on the company do not work.

The stability of the domestic banking system depends on the effectiveness of corporate governance. An example of this is what happened to some banks during the years of independence of the financial sector. As a result of the lack of a corporate governance system, such banks as JSC Nauryz Bank Kazakhstan, JSC Currency Transit Bank, JSC BTA Bank, JSC Kazinvestbank, JSC Bank of Astana, JSC Eximbank Kazakhstan, JSC Qazaq Banki were deprived of licenses. This is also evidenced by a report issued by the rating agency Standard & Poor's, according to which such problems as an opaque ownership structure, excessive lending to related parties, embezzlement of funds by management were identified.

Most banks have begun to realize the need to improve corporate governance. Second-tier banks would do well to create an intrabank management system. This system would allow the authorities to control all transactions that will be made in the departments.

Conclusion

Summing up, it can be stated that corporate governance affects the effective functioning of banking companies. Discussing the problems of corporate governance on the example of Kaspi Bank JSC, it can be noted that the company strives to build an effective model of corporate governance, as evidenced by a decrease in the number of directors, their control over shareholders, and a decrease in payments to the management staff. Nevertheless, there are still a number of problematic issues in the implementation of corporate governance of “Kaspi Bank” JSC, such as: in fact, there are no independent members of the board of directors; the governing body does not represent the interests of stakeholders; the company is not represented on the stock exchange.

It is important to note that the expansion of corporate governance practices in the banking sector opens up wide opportunities for attracting additional funds to the authorized capitals of banks, primarily foreign investors. Accordingly, with the help of corporate governance, it is necessary to increase the importance of banks both in the service sector and in the financial sector of the economy.

REFERENCES

1. Addo, K. A., Hussain, N., & Iqbal, J. (2021). Corporate governance and banking systemic risk: a test of the bundling hypothesis. *Journal of International Money and Finance*, 115, 102327.
2. Anginer, D., Demircuc-Kunt, A., Huizinga, H., & Ma, K. (2018). Corporate governance of banks and financial stability. *Journal of Financial Economics*, 130(2), 327-346.
3. Benlemlih, M., & Girerd-Potin, I. (2017). Corporate social responsibility and firm financial risk reduction: On the moderating role of the legal environment. *Journal of Business Finance & Accounting*, 44(7-8), 1137-1166.
4. Gangi, F., Meles, A., D'Angelo, E., & Daniele, L. M. (2019). Sustainable development and corporate governance in the financial system: Are environmentally friendly banks less risky?. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(3), 529-547.
5. Moody's investors service. (19 C.E.). New York : Moody's Investors Service. Tatiana Batishcheva (2019). Will banks be able to improve the state of corporate governance in order to develop further. *Forbes Media LLC*
6. Orazalin, N. (2019). Corporate governance and corporate social responsibility (CSR) disclosure in an emerging economy: evidence from commercial banks of Kazakhstan. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*.
7. Shakil, M. H., Mahmood, N., Tasnia, M., & Munim, Z. H. (2019). Do environmental, social and governance performance affect the financial performance of banks? A cross-country study of emerging market banks. *Management of Environmental Quality: An International Journal*.
8. Tan, Y. (2014). *Performance, risk and competition in the Chinese banking industry*. Chandos Publishing.
9. The Law of the Republic of Kazakhstan "On Joint-Stock Companies" (2003). Access mode: https://kodeksy-kz.com/ka/ob_aktcioneriyh_obwestvah.htm

ЦИФРАНДЫРУДЫҢ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЕҢБЕК НАРЫҒЫНА ӘСЕРІ

Джангужиева И.
Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
Экономика және Бизнес Жоғары мектебі,
«Мемлекеттік және жергілікті басқару»
Мамандығының 2-курс магистранты

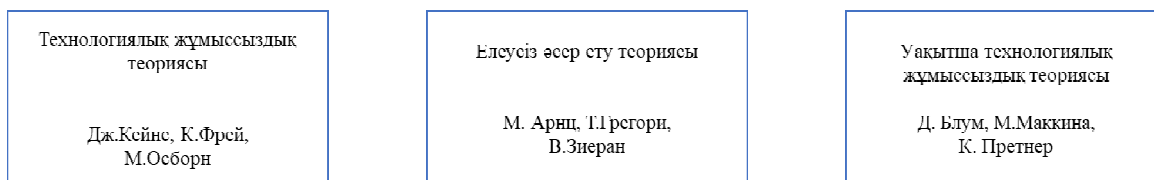
Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.
э.ғ.к., профессор м.а.

Төртінші өнеркәсіптік революция ақылды және өзара байланысты машиналар мен жүйелер туралы ғана емес. Оның әсер ету спектрі әлдеқайда кең. Сонымен қатар, әр түрлі салаларда: адам гендерінде жазылған ақпараттарды декодтаудан бастап нанотехнологияға дейін, жаңартылатын энергия көздерінен кванттық есептеулерге дейінгі жаңа жетістіктер толқындары пайда болады. Дәл осы технологиялардың синтезі және олардың физикалық, цифрлық және биологиялық салалардағы өзара әрекеті төртінші өнеркәсіптік революцияның барлық алдыңғы революциялардан түбегейлі айырмашылығын құрайды [1].

Әлемде, елде, жалпы экономикада болып жатқан өзгерістер, процесстер бәрінен бұрын еңбек нарығына, халықтың жұмыспен қамтылуына және жұмыссыздық деңгейіне айтарлық әсер етіп жатыр. Сол себепті дәл осы кезеңде мемлекеттің реттеу саясаты бірінші кезекте қалыс қалмауы керек дүниелердің бірі.

Қалыптасқан жағдайды швед экономисі, жазушы және қоғам қайраткері Ч.А. Нордстрем «Жақын болашақта азаматтың жетістігі ақылдың өткірлігімен, керемет күшімен немесе жоғары жылдамдығымен өлшенбейді. Өздерін тез бағдарлап, қоршаған орта жағдайына бейімделіп, өсіп, өзгерістерден қорықпайтындар ғана мансап сатысымен көтеріле алады» деп сипаттады [2].

Соңғы онжылдықтарда ғылыми әлемде технологияны дамытудың халықты жұмыспен қамту мәселелеріне әсері туралы бірнеше ұстаным қалыптасты (сурет 1).



Сурет 1 -Технология дамуының жұмыспен қамтуға әсері теориялары.
Ескерту – [3] әдебиет көзінен алынған.

Дж.Кейнс қазіргі заманғы «технологиялық жұмыссыздық теориясының» жақтастарының бастауы болып саналады.Тарих бойында технологиялық прогресс еңбек нарығын ауыл шаруашылығы мен қолөнер цехынан бастап өндіріс пен қызмет көрсету саласына дейін айтарлықтай өзгертті. Кейнс прогресс жылдамдығы «жаңа ауру - жұмыссыздық» деп аталатын ауруға әкелетінін айтып, еңбекті үнемдеудің жаңа тәсілдері еңбекті тікелей пайдаланудың жаңа тәсілдерін ойлап табудан әлдеқайда жылдам пайда болады деп есептеді.

Бұл теорияның көрнекті өкілдері - шетелдік ғалымдар К.Фрей мен М.Осборн. 2013 жылғы зерттеу барысында олар компьютерлендіру қаупіне байланысты процестер автоматтандырылатын болады, бұл бүкіл мамандықтардың жойылуына әкеледі деген қорытындыға келді.

"Елеусіз әсер ету теориясын" жақтаушылар цифрландыру көптеген жұмыс орындарын бұзуы екіталай деп санайды. Бұл теорияны жақтаушылар М. Арнц, Т.Грегори, В.Зиеран 2016 жылы жүргізген зерттеуінде К. Фрей мен И.Осборнның қарсыластары болды. Ғалымдар ЭЫДҰ - ның орта есеппен 21 елінде жұмыс орындарының тек 9% - ы автоматтандырылған, Оңтүстік Кореяда-6%, Австрияда-12% деген қорытындыға келді. Елдер арасындағы айырмашылықтар жұмыс орындарындағы жалпы айырмашылықтарды, автоматтандыру технологиясына инвестицияларды, сондай-ақ әр түрлі елдердегі жұмысшылардың білім беру айырмашылықтарын көрсетуі мүмкін.

Бұл ретте "қауіп төніп тұрған" жұмыс орындарының үлесі үш себеп бойынша цифрландыру салдарынан нақты немесе күтілетін шығындарға теңестірілмеуге тиіс.

Біріншіден, жаңа технологияларды қолдану - бұл экономикалық, құқықтық және әлеуметтік кедергілерге байланысты баяу процесс. Екіншіден, жаңа технологиялар пайда

болса да, жұмысшылар технологиялық жұмыссыздықтың алдын алып, бейімделе алады. Үшіншіден, технологиялық өзгерістер жаңа технологияларға сұраныс пен бәсекеге қабілеттілікті арттыру арқылы қосымша жұмыс орындарын тудырады.

Д.Аурор 2015 жылғы зерттеуінде сондай-ақ жұмыссыздықтың оппозициялық теориясын жақтаушылардың қорытындысын жоққа шығарды. Ол сабақтар әдетте міндеттер жинағынан тұратындықтан, олардың барлығы оңай автоматтандырылуы мүмкін емес, тұтас кәсіптер мен жұмыс орындарын автоматтандыруға арналған әлеует Фрей мен Осборн көздеген тәсілден әлдеқайда төмен болуы мүмкін екенін айтады. Жылдам және жедел цифрландыру қуатты компьютерлердің арқасында қызметкерлердің кейбір түрлері үшін компаниялар аз қажеттіліктерге мұқтаж болатын экономикалық салдарға әкеп соғуы мүмкін.

Цифрландыру өндірісті білікті жұмыс күшіне деген сұранысты арттыратын жолмен арттырады. Журналистер, тіпті эксперт-мамандар адам еңбегін машинамен алмастыру қаупін асыра көрсетуге бейім, бәрібір де орта деңгейдегі кәсіптердің көпшілігі әлі де аралас тапсырмаларды талап етеді.

"Уақытша технологиялық жұмыссыздық теориясының" жақтаушылары Д. Блум, М.Маккина және К. Претнер. Ғалымдар өздерінің 2018 жылғы зерттеуінде 2010 және 2030 жылдар аралығындағы жаһандық масштабта мақсатты жұмыссыздық деңгейі ересектер үшін 4% - дан аз және жастар үшін 8% - дан аз болған кезде демографиялық өзгерістерді ескере отырып, 734 миллион жұмыс орны қажет болады деп болжайды. 2030 жылға дейін қажет жұмыс орындарын құра алмау қолданыстағы әлеуметтік қамсыздандыру жүйелеріне айтарлықтай қысым жасайды. Осыған қарамастан, 2030 жылдан кейінгі мәселеге қатысты оптимизмнің себебі бар. 2010 және 2030 жылдар аралығында жұмыс орындарын құруға қойылатын талаптар негізінен соңғы екі онжылдықта халықтың өсуін көрсетеді, бұл тарихтағы ең үлкен өсу кезеңі болды. Осы артта қалуларға байланысты құнарлылықтың өзгеруі қазіргі уақытта туудың төмендеуі және халықтың өсу қарқыны бұл тұрақты емес, уақытша проблема екенін білдіреді. 1990-2010 жылдары еңбекке қабілетті жастағы халық жұмыс күшіне қарағанда тез өсті. 2010 және 2030 жылдар аралығында, керісінше болады деп болжанды. Жастар мен ересектер арасындағы айырмашылықтар өсу қарқынының өзгеруін ішінара түсіндіреді. Еңбек нарығы үшін цифрландырудың теріс салдарының уақытша көрінісі туралы ұқсас тұжырымдарды басқа шетелдік ғалымдардан да табуға болады [3].

Цифровизацияның жұмыспен қамтуға және еңбек нарығына әсері туралы әртүрлі көзқарасты ұстанған ғалымдардың қай теориясын қарасаңыз да, жаңа технологиялардың жұмыссыздыққа қандай да бір дәреже, мейлі ол аз не көп, әсер етуін көруімізге болады.

Жаңа технологиялық революцияның өткен революцияларға қарағанда көбірек толқу жасауы түсінікті нәрсе. Себебі, бір мезетте бірнеше өзгерістің жылдам қарқынмен қатар жүруі.

Осы драйверлерге байланысты бір нәрсе сөзсіз: бүгінде жаңа технологиялар барлық салалар мен кәсіптердегі еңбек сипатын түбегейлі өзгертеді. Іргелі белгісіздік еңбекті автоматтандыруға ауыстыру дәрежесіне қатысты туындап отыр. Бұл қанша уақытты алуы мүмкін және ол қанша уақытқа созылады?

Мұны түсіну үшін біз технологияның жұмыспен қамтуға екі бәсекелес әсерін түсінуіміз керек. Біріншіден, дизруптивті әсер бар, өйткені технологияға байланысты серпіліс пен автоматтандыру еңбекті капиталға ауыстырады, жұмысшыларды табыстан айырады немесе оларды біліктілігін басқа жерде қолдануға мәжбүр етеді. Екіншіден, көрсетілген дизруптивті әсер жаңа тауарлар мен қызметтерге сұраныс артып, жаңа жұмыс орындарын, компанияларды және салаларды құруға себеп болған кезде капиталдандыру әсерімен бірге жүреді [1].

Ел Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев жасанды интеллект – ол дұрыс қолданылған жағдайда барлығымызға неғұрлым теңдестірілген әрі үйлесімді дамуға мүмкіндік беретін құрал екенін атап өтті.

Мемлекет басшысы жаңа технологияларды қолдану – өз алдына мақсат емес, азаматтардың өмірі мен бизнес ахуалын жақсарту тәсілі деп сипаттады. Ол цифрландыру мен

жасанды интеллект технологияларын дамыту-сәнге құрмет емес, ұлттық бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізудің негізгі құралы екеніне сенімді [4].

Мамандықтардың көптеген санаттары, атап айтқанда, механикалық монотондық және нақты қол еңбегін көздейтіндер автоматтандырылған. Олардан кейін басқа санаттар болады, өйткені есептеу қуаттары геометриялық прогрессияда өсуін жалғастырады. Заңгерлер, қаржылық талдаушылар, дәрігерлер, журналистер, бухгалтерлер, сақтандыру агенттері немесе кітапханашылар сияқты кәсіптер айтарлықтай ертерек немесе толық автоматтандырылуы мүмкін.

Екі Оксфорд-Мартин зерттеушісі, экономист Карл Бенедикт Фрей және компьютерлік оқыту бойынша сарапшы Майкл Осборн технологиялық жаңашылдықтың жұмыссыздыққа тигізетін әсерін сандық тұрғыдан анықтады. 702 кәсіпті автоматтандыру ықтималдығы бойынша автоматтандырудың аз қаупінен («0» тәуекелдің жоқтығын білдіреді) күрделі қауіптілікке («1» мамандықты сол немесе басқа компьютерлік технологиялармен алмастырудың белгілі бір тәуекеліне сәйкес келеді) дейін бөліп қарастырды (кесте 1) [1].

Кесте 1

Технологиялық жаңашылдықтың жұмыссыздыққа тигізетін әсері

Автоматтандыруға ең сезімтал	
Ықтималдығы	Мамандықтар
0,99	Телефон бойынша сату мамандары
0,99	Салықтық құжаттама рәсімдеу мамандары
0,98	сақтандыру бағалаушылары, автомобиль шығыны
0,98	Судьялар, төрешілер, спорт индустриясының лауазымдық өкілдері
0,98	Құқықтық сұрақтар бойынша хатшы
0,97	Даяршылар мен хостес
0,97	Жылжымайтын мүліктерді сату бойынша агент
0,97	Ауылшаруашылығы индустриясындағы мердігерлер
0,96	Хатшылар, әкімшілік жұмыстар бойынша көмекші (заң және медицина салаларын қоспағанда), жоғары басшылық көмекшілері
0,94	Курьер мен тасушы
Автоматтандыруға аз сезімтал	
0,0031	Психологиялық ауытқуы бар және есірткіге тәуелділікпен ауыратындарға көмек көрсетуші әлеуметтік қызметкерлер
0,0040	Хореограф
0,0042	Терапевт және хирург
0,0043	Психолог
0,0055	Кадрлық ресурстарды басқарушы
0,0065	Компьютерлік жүйе аналитиктары
0,0077	Антропология және археология
0,0100	Теңіз инженерлері
0,0130	Сату бойынша менеджер
0,0150	Бас директор
Ескерту – [1] әдебиет көзінен алынған.	

Зерттеу нәтижесінде ең жоғарғы автоматтандыруға сезімтал мамандық ретінде телефон бойынша сату маманы екенін көруімізге болады. Дегенмен сату менеджерлерінің автоматтандыруға бой бермейтінін де ғалымдар атап өткен. Әлемде тараған карантиндік жағдай кезеңінде танымал болған курьер мамандығы да қауіпті аймақта. Ғалымдар болжамынша тасымалдаушылардың орнын дрондар басады делінген. Болашақта 129 мамандық жойылып, 230-дан аса жаңа кәсіп түрі пайда болмақ. 2040 жылға қарай 3D принтерлер құрылысшылардың 50%-ын жұмыссыз қалдырады деген де эксперт болжамдары бар.

Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев жасанды интеллект және деректерге талдау жасаудың өзекті мәселелеріне арналған "Artificial Intelligence Journey" атты онлайн конференциядағы сөзінде банкир, бухгалтер, кассир, курьер, жүргізуші сияқты мамандықтардың тез арада жойылып кетуіне дайын болу керек екенін ескерткен болатын [5].

Орын алған пандемия жағдайы, цифрлық кезеңдегі шұғыл өзгерістер еңбек нарығын қайта құру процесін жеделдетті, бұл тағы бір рет ескі мамандықтардың күрт жойылуына және жаңа мамандықтардың пайда болуына әкелді. Тіпті жұмыс орнын сақтап қалғандардың жағдайын тұрақты деп атауға болмайды. WEF мәліметтері бойынша, жұмыс берушілер олардың жоспарлары қызметкерлердің 46% - ы үшін лауазымдарды немесе лауазымдық міндеттерді өзгертуді қамтиды, сондықтан компаниялар өз қызметкерлерінің көпшілігін қайта даярлау және біліктілігін арттыру мүмкіндіктерін ұсынуға тырысады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция. — «Эксмо», 2016.
2. Новые профессии конца 20 века [Электронды ресурс] // Кіру режимі: <https://ural-store.ru/motivaciya/>
3. Қармыс Ғазиза Сағындықызы. Совершенствование государственного регулирования рынка труда Казахстана в условиях цифровизации: диссертация на соискание степени доктора по профилю. – Нур-Султан, 2020
4. Президент Казахстана выступил на онлайн-конференции «Artificial Intelligence Journey» [Электронды ресурс] //Кіру режимі: <https://www.inform.kz/ru/prezident-kazahstana-vystupil-2>
5. Тоқаев жойылып кету қаупі бар мамандықтарды атады [Электронды ресурс] // Кіру режимі:https://kaz.tengrinews.kz/kazakhstan_news/tokaev-joyyilyip-ketu-kaup-bar-maman/

TECHNOLOGIES OF FORMATION AND PROMOTION OF CORPORATE BRAND

Zhang L.

Master student of the educational program EMBA - Business Administration

Scientific adviser: Kupeshova S.T.
c.e.s.

Abstract

The article is based on the theory of corporate brand formation and promotion. In the current global economy, how corporate brands establish and manage their own brands, and analyzes the techniques of brand promotion, confirms the importance of corporate brands, so that companies can benefit from The era of heightened global competition stands out.

Keywords: corporate brand, promotion, management

The theoretical basis of corporate brand formation and promotion

Corporate brand is the core and soul of business operation . A good corporate brand can help companies establish a good image and reputation, enhance market competitiveness, and thus achieve economic benefits. In the modern market, brand is a key strategic tool in modern market competition, an asset with economic value and social and cultural value , as well as a tangible and intangible asset, and an important factor for the success of business operations.

In today's globalized economy, much of a country's wealth comes from their ability to export goods and services with brand status. Because in today's market environment , in addition to the income of the product, a large part of the profit of the producer comes from the added value brought by the enterprise itself. Businesses need effective competitive advantage, especially through branding technology. For companies in most countries in the world, brand is an important factor in their own market activities, but according to the predictions of many international empirical scientists, in the next 10-15 years, large multinational companies will prefer to use Have a corporate

dominant brand to control the market, not just a business that only produces goods. Buyers are willing to pay big bucks for ownership of brands that are popular with consumers, as in Disney's takeover of Marvel Comics and Elon Reeve Musk 's takeover of Twitter. Due to the global financial crisis and the impact of the new crown epidemic, it is expected that the position of many strong consumer brands in the global market will undergo major changes. Strong national commercial brands familiar to foreign consumers will enable many countries to form a positive national image, increasing consumption. Attractive to investors, and will greatly improve the investment environment of the overall market.

The corporate brand concept

From the perspective of the essence of corporate brand image, from the perspective of its management, the essence of corporate brand image is to establish and maintain the corporate image symbol system and enhance the intangible asset of corporate brand image. Corporate brand image also has the essence of life, and the value-added of corporate brand image is one of the essential characteristics of corporate brand image life cycle. They are reflected in: attributes, interests, values, culture, personality and users and other aspects. They show that the brand image of the enterprise symbolizes the special attributes of the product, the individual and specific attribute table is reflected from the product itself, and different products on the market reflect their internal differences. The vast number of mass consumers distinguish the respective attributes of similar products in the market today according to the brand images of different companies , and choose the products they need according to the products of the corporate brand; mass consumers do not buy the attributes of the corporate brand image but buy Benefit. The emotional benefits and functions of corporate brand image are the attributes of corporate brand image, which is from the perspective of consumers. Reliable quality and high-quality service will improve the greater interests of consumers themselves; the concept of multiple products is the value expression of corporate brand image, which is also a way to reflect its functionality, emotion and self-expression of corporate brand image to consumers Benefits, from these characteristics, fully reflect a series of value sense of the merchant. The value of corporate brand image has far surpassed the value of the company's own products and products. It is an intangible asset. This value is related to the company's reputation, popularity and consumers' loyalty to the corporate brand image. There is a great relationship, which can bring certain utility value to the enterprise itself and consumers themselves, which is a high sublimation of the product attributes we are talking about. The value of a corporate brand image needs to be created by the company through long-term efforts, and it also needs to be gradually established on the consumer public. At the same time, it also requires businesses and consumers to maintain and stabilize this relationship, so as to reflect the value; culture It is the connotation of the corporate brand image, and the cultural value is the expression of the corporate brand image. The social material form and spiritual form undoubtedly express the corporate brand culture in all aspects, and the cultural value orientation and the modern market consumption psychology are organically combined; as the soul of the enterprise Corporate brand image, which is the spiritual basis for communication between the company and the mass consumers, consumers' love for the corporate brand image is actually their recognition of the personality of the company's products; the types of consumers are distinguished by the products purchased and used by the brand This distinction is reflected in the age, education, income, consumption psychology, lifestyle and other aspects of consumers.

Throughout the world's well-known enterprises, most of them regard the brand as the ultimate goal of their own development strategy. For example, NIKE and Adidas of clothing brands ; Pepsi and Coca- Cola of food ; outperform the market. Famous brands have a huge comprehensive driving force, and also have a very high degree of extroversion. Once a product brand is launched, it will gradually form a complete set of related supporting industrial chains. The brand pretends to be big and grows up. If an enterprise wants to occupy the market, it must first take up the brand as a weapon. Today's international market competition is becoming more and more fierce, and the brand strategy of the company and the company's own brand have become important characteristics of the development of the corporate image.

The method of corporate brand management, how to establish and promote corporate brand.

The corporate brand is the representative of the image and reputation of the enterprise, and one of the core competitiveness of the enterprise in the market competition. In modern business competition, the brand of an enterprise has the following two most important aspects, the first is how to establish and promote a strong corporate brand, and the second is the need for strict and powerful management of the corporate brand, which is crucial to the success very important.

Establishment and promotion of corporate brand.

Establishment of corporate brand.

Planning brand positioning. The formation of corporate brand must first determine the brand positioning. Brand positioning is to create a unique image of an enterprise in the minds of consumers, so that consumers have a better understanding and recognition of their own brand among many brands.

Shaping brand culture. The culture of corporate brand is also an important part of corporate brand image. Corporate brand culture can allow consumers to better understand the company's internal values and business philosophy, so as to have a deeper recognition of the brand.

Establish brand image: corporate brand image is the image of a company in the minds of consumers. To establish a good brand image, a company needs to start with its own product quality, brand culture, advertising and other aspects, so that consumers have a good impression of its brand. impression and recognition.

Promotion technology of corporate brand.

Advertising. Through advertising, companies can let more consumers know about their brands and improve brand awareness and reputation. Enterprises can advertise through various media such as TV, newspapers, radio, and the Internet, so that consumers can better understand their brands.

Promotional activities. Enterprises can attract more consumers to pay attention to their brands and increase sales by organizing promotional activities such as discount promotions, gift giving, and point-based shopping.

Joint brand promotion. Enterprises cooperate with other brands to carry out cooperative publicity in certain activities or projects, and jointly promote the brand to achieve mutual benefit and win-win results. Enterprises can choose to cooperate with brands related to other industries for promotion, such as cooperating with concerts, movies, sports competitions and other activities to expand brand awareness and reputation.

Social media promotion. With the popularity and development of social media, social media has become an important channel for corporate brand promotion. By publishing brand information and interactive activities on social media, it can attract more users' attention and participation, and enhance brand awareness and reputation.

Offline event promotion. In addition to online promotion, enterprises can also choose offline event promotion, such as holding brand conferences and brand promotions. Through offline activities, more consumers can understand the corporate brand and increase brand awareness and reputation.

Omni-channel promotion: Corporate brand promotion needs to cover all possible consumers, so omni-channel promotion is required. Omni-channel promotion includes various promotion methods such as advertising, promotional activities, joint brand promotion, social media promotion, and offline event promotion, so that the brand image can more comprehensively cover consumers' lives.

Management method of corporate brand.

From competition to cooperation, start the main brand battle. Brands and competitors are a relationship of competition and cooperation. The core of competition is not confrontation, but the establishment of corresponding competition and cooperation relationships based on market reality, competitors' positions in the market, and competitors' attitudes. A company can have multiple brands at the same time, but there can only be one leading brand. Because the main brand is the

pillar and core, we must pay attention to and invest in the main brand. While developing the main brand, the company can develop other brands, and then produce the effect that if one brand is good, all brands are good .

After a company has a leading brand, it has successively launched some sub-brands, involving different industries, making different positioning, and satisfying different consumer groups. However, in brand management, the emphasis on sub-brands is obviously weaker than that of the main brand. This is the strategy in which the main brand is strong and the sub-brands are weak in brand management. The main brand leads the sub-brands to form a strong image of the corporate brand family.

Brand communication management, enhance connotation image . Corporate image is the main carrier and important embodiment of commodity image and culture. A good corporate image is easier for the company to win the trust and cooperation of customers, and it is easier to gain the support of the society. For consumers, it is a communication relationship. The goal of brand management is to clarify the needs of target consumers through research, according to the overall strategic plan, through advertising, public relations activities and other promotional means, to achieve a deep understanding of the target consumers on the brand , establish brand status in the minds of consumers and promote brand loyalty.

Brand capital operation saves cost investment . Creating a brand is the primary stage of brand development, while operating a brand is the advanced stage of brand development. From the perspective of the development process of becoming familiar with the brand, business-to-brand management has gone through three steps: creating a brand-managing a brand-buying and selling a brand .

When an enterprise develops the market, it manages the brand well and makes sufficient preparations for brand capital operation, which will reduce the resistance of brand promotion and thus greatly reduce the cost of brand promotion .

Excavate brand value and improve management efficiency . Good brand management can not only sublimate the external image of the enterprise, but also very helpful to the internal and external management of the enterprise.

Conclusion

The establishment and promotion of corporate brand and effective management are one of the keys to the success of an enterprise, which can help the enterprise obtain more sales opportunities, increase market share, establish a good brand image and reputation, and thus stand in the fiercely competitive market stand out.

REFERENCES

1. Marketing management, Philip Kotler, 2016
2. Ogilvy on Advertising , David MacKenzie Ogilvy, 2015
3. Competition strategy , Michael Eugene Porter, 1980
4. "Building strong brands " , David A Aaker, 1995
5. Brandwashed Martin Lindstrom 2013
6. Research on the development path of smart logistics in China under the background of "the belt and road initiative" initiative [J]. Xiong Juan. Price Monthly, 2017 (11)

ШЕТ ЕЛДЕРДЕГІ ЖАСТАР САЯСАТЫН САЛЫСТЫРМАЛЫ ТАЛДАУ

Тасқалиев А.Е.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ӘЖБЖМ
«Мемлекеттік және жергілікті басқару»
мамандығының 2 курс магистранты

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.
э.ғ.к., профессор м.а.

Аннотация

Көптеген дамушы елдерде 24 жасқа дейінгі балалар мен жастар халықтың 70% құрайды. Дамушы елдердегі шамамен 1,9 миллиард баланың (0-18 жас) 1 миллиарды кедейшілікте өмір сүреді. Бұл жастардың басым бөлігі дамушы елдерде тұрады. Өнеркәсіптік дамыған елдердегі демографиялық көрініс біршама басқаша, бірақ мұнда да жастардың кедейлігі артып келеді. 2005 және 2050 жылдар аралығында Еуропа халқының (15-24 жас) үлесі 12,6%-дан 9,7%-ға дейін төмендейді деп күтілуде. Жастарды ілгерілету және олардың құқықтарын жүзеге асыру үшін тиісті базалық шарттар қажет. Жастар саясаты осы жағдайларды жасайды. Дамыған және дамушы елдердегі жастар саясатын зерттей отыра, жастар саясаты бойынша халықаралық стандарттарға шолу ; жастар саясатын ілгерілету жөніндегі іс-қимылдарға жаһандық талдау ; жастар саясатын іске асыру жөніндегі елдердің іс-әрекеттеріне салыстырмалы талдау жасадым. Алайда жастар саясатының өзі жеткіліксіз. Сондай-ақ, тиісті бюджеттеумен саясатты жүзеге асыру бойынша іс-қимыл жоспарының болуы маңызды. Жастардың қатысуы жастар саясатын әзірлеуде, жүзеге асыруда және бағалауда негізгі элемент болып табылады. Мақаланың негізгі қорытындылары жастар саясатын іске асыру критерийлері, шарттары мен қадамдары туралы ұсынысты қамтиды.

Кіріспе

Жастар саясаты - бұл жас ұрпақтың белгілі бір әлеуметтік мәртебесін белгілеу және қолдау жөніндегі шаралар мен заңнамалар жүйесі болып табылатын тұтас саясаттың ажырамас бөлігі, сонымен бірге-ұзақ мерзімді перспективада елдің экономикалық белсенді халқы болып табылатын жастардың өмірі мен әл-ауқатының белгілі бір сапасы болып табылады.

Адамдардың бұл санаты - белгілі бір әлеуметтік қабатқа жатады, бұл мемлекет үшін өте маңызды, өйткені жастар-қазіргі билеуші ұрпақты алмастыратын адамдар.

Жас ұрпақтың сапасы, сондай-ақ елдің қолданыстағы және қажетті шарттары мен стандарттарына сәйкестік дәрежесі жастар саясатының тиімділігіне байланысты. Жастар саясатының тиімділігі әртүрлі сипаттағы шараларды тиімді жүзеге асыруды қамтамасыз етуден тұрады: құқықтық, әлеуметтік, экономикалық, ұйымдастырушылық, рухани-адамгершілік, психологиялық және т. б.

Бұл шараларды іске асыру жастар саясатының негізгі мақсаттарына қол жеткізу үшін қолайлы жағдайлар жасайды. Дегенмен, әр түрлі елдерде, тіпті еліміздің аймақтарында жастар саясатының сан алуан мақсаттары көзделеді, осы мақсатқа жету үшін жастар саясатын жүзеге асырудың барлық құралдары мен нәтижелері қолданылады, сонымен бірге жас ұрпақтың сапасы да әр түрлі болады.

БҰҰ-ның мыңжылдық декларациясында мемлекеттер балалардың қарулы қақтығыстар мен балалар саудасына, балалар жезөкшелігіне және балалар порнографиясына қатысуына қатысты Бала құқықтары туралы конвенцияны және оған факультативтік хаттамаларды ратификациялауға және толық жүзеге асыруға жәрдемдесу міндеттемесін атап көрсетті.

Бас Ассамблея 1969 жылдан бастап жастар саясатына қатысты маңызды мандаттарды қабылдады, содан бері Біріккен Ұлттар Ұйымының Хатшылығы ұлттық жастар саясатына қатысты осындай мандаттарды жүзеге асыруға ықпал етті.

Жастар саясаты барлық жастарға қатысты жалпы жоспарларды және көптеген бағдарламаларды, соның ішінде мектепте және одан тыс білім беруді, оқытуды, жұмысқа орналастыруды, жастардың әл-ауқатын, демалысын, мәдени іс-шараларды, экономикалық және әлеуметтік дамуға қатысуды білдіреді.

Төменде Ұлттық жастар саясаты жөніндегі халықаралық кеңес хатшылығы жүргізген зерттеудің қысқаша мазмұны келтірілген:

1: жастар саясаты саласындағы халықаралық стандарттарға шолу;

2: жастар саясатын ілгерілету жөніндегі іс-қимылдарды талдау;

3: жастар саясатын іске асыру жөніндегі елдердің іс-әрекеттерін салыстырмалы талдау.

Ұлттық жастар бағдарламасы, ұлттық жастарға қызмет көрсету бағдарламасынан айырмашылығы, белгілі бір елдің барлық жастар іс-шаралары мен жастар қызметтері үшін

пайдаланылуы мүмкін және ұлттық бюджеттің бөлігі ретінде енгізілген термин ретінде қарастырылды.

Ал жастарға қызмет көрсетудің ұлттық бағдарламасы жастар мен даму жоспарларын іске асыру үшін кәдімгі ресми және бейресми білім беру және оқыту бағдарламаларына қосымша қолданылатын құралдардың бірі ретінде айқындалды және оның негізгі мақсаттары болып саналды:

а) ұлттық әлеуметтік, экономикалық және мәдени даму бағдарламалары шеңберінде жастарды нәтижелі жұмысқа орналастыру үшін оқытуды ұйымдастыру және олардың мүмкіндіктерін қамтамасыз ету;

б) экономикалық және әлеуметтік өзгерістерді жүзеге асыруда жастардың ұлттық және жергілікті қоғамға қызмет ету мүмкіндіктерін ұйымдастыру.

Бас Ассамблея жастар қызметіне тікелей және жанама қатысты шараларды, сондай-ақ ұлттық өмірдің әрбір секторы мен саласында жастардың рөлі мен орнына қатысты элементтерді қамтитын кең ауқымды болуы керектігін көрсетті, мысалы:

- білім беру және оқыту;
- ауыл шаруашылығы және ауылды дамыту;
- сауықтыру және алғашқы санитарлық көмекті насихаттау;
- коммерциялық және өнеркәсіптік даму;
- қоршаған ортаны қорғау және жақсарту;
- ұлттық мәдениетті насихаттау және дамыту;
- ғылым мен технология;
- қоғамдық ұйымдар, кәсіподақтар және саяси институттар.

Қазіргі уақытта бұл мәселеде өз мақсаттарына жеткен бірқатар батыс елдерінің тәжірибесін зерттеуге көп көңіл бөлінуде. Осыған байланысты Батыс елдерінің жастар саясатын талдау Қазақстандағы жастар саясатының қарқынын анықтау үшін маңызды мәнге ие.

Еуропа елдері жастар саясатын мемлекет қызметінің белгілі бір саласына салыстырмалы түрде кеш бөлді, бірақ бұл салада нақты нәтижелерге қол жеткізу үшін үлкен жұмыстар атқарылды.

Осылайша, Батыстағы жастар саясатының принциптері мен бағыттары 50-60-шы жылдары қайырымдылық пен волонтерлік, сондай-ақ мұқтаж жастарға мемлекеттік көмек көрсету негізінде дүниеге келген. 80-жылдар жастар үшін білім саласындағы серпіліс болды. Еуропа елдерінде жастарды тәрбиелеуге және оларды белсенді еңбекке, кәсіби өсуге бағыттауға көбірек көңіл бөлінуде.

Қорытынды

Соңғы онжылдықтардың тәжірибесіне сүйенсек, бұл мәселенің шешімін іздеу тек Қазақстан аумағында ғана емес. Осы жағдайларда қазақстандық өмір салты мен ойлау ерекшеліктерін ескере отырып, бағдарланған мемлекеттік жастар саясатын қалыптастыру үшін қазіргі заманғы батыс тенденциялары мен отандық бағыттардың бірігуі қажет.

Батыс елдерінің жастар саясатының айрықша ерекшелігі оның белгілі бір салалардағы (спорт, білім, денсаулық және т.б.) құрылымы болып табылады. Дегенмен, Қазақстанның мұндай жағдайда ең жақсы әрекеті болып жатқан әрекеттің күрделілігі болып табылады. Мемлекеттік жастар саясаты бір мезгілде еліміздің жастар ұйымдарына әсер ететін барлық ықтимал бағыттарды қамтуы тиіс.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Зеленкова М. М. Шет елдердегі жастар саясатының ерекшеліктері // заманауи ғылыми зерттеулер мен инновациялар. - Наурыз 2019. - №3 [Электрондық ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2019/03/10661>
2. <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/youth/policies-and-programmes> ұлттық жастар саясатының көрсеткіштері. Еуропалық жастар форумы.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И РАЗВИТИЕ ТАЛАНТОВ

Сарыбаева К.Р.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби
Al-Farabi business school
Специальность 7M04106 EMBA – «Деловое администрирование»

Научный руководитель: Купешова С.Т.
к.э.н., доцент

Современные организации функционируют в условиях глобальной конкуренции. В текущих условиях казахстанским организациям при формировании стратегии развития крайне необходимо обеспечивать конкурентоспособную политику на рынке услуг и искать новые эффективные подходы к управлению.

Для развития бизнеса влияет непрерывное улучшение внутренних процессов, повышение производительности труда при осуществлении мероприятий по развитию персонала, развитие корпоративной культуры, оптимизация и рациональное использование собственных ресурсов организации.

В целом, проблема исследования корпоративной культуры и развития талантов в организациях заключается в том, что многие организации не осознают ее важность и не готовы вкладывать необходимые ресурсы и усилия для ее развития.

Основной целью корпоративной культуры является создание единой идентичности и приверженности к целям и ценностям организации, формирование ее уникального стиля и обеспечение эффективного функционирования организации в долгосрочной перспективе.

Термин «корпоративная культура» был введен в научный оборот в 1980-х годах, и его первоисточниками являются Эдгар Шейн и Питер Фрост. По определению Эдгар Шейна, корпоративная культура — это «набор общих представлений, которые люди имеют о том, как следует работать в организации, и о том, что является правильным и неправильным поведением»[1]. Питер Фрост, в свою очередь, определяет корпоративную культуру как «основные ценности, убеждения и представления, которые определяют поведение людей в организации»[2]. С тех пор, многие ученые и практики исследовали и развивали эту концепцию, и сегодня в научном сообществе существует множество определений корпоративной культуры.

В начале своей истории корпоративная культура рассматривалась в основном как инструмент для достижения бизнес-целей. Однако со временем, исследователи и практики начали осознавать, что корпоративная культура влияет не только на финансовые показатели компании, но и на саму организацию и ее работников. В 1990-е годы появился более широкий интерес к корпоративной культуре, особенно в свете краха крупных организаций, которые столкнулись с проблемами, связанными с корпоративной культурой, например, Enron. Организации начали осознавать, что корпоративная культура может стать ключевым фактором в их успехе или неудаче. С начала 2000-х годов исследователи стали все больше интересоваться тем, как корпоративная культура влияет на различные аспекты организации, такие как удержание талантов, инновационность и др. Сегодня, концепция корпоративной культуры является широко изученной и практикуемой в бизнес-сфере. Она охватывает многие аспекты организации, от ценностей и норм поведения сотрудников до системы управления и бизнес-процессов. Кроме того, с развитием технологий и глобализации, важность корпоративной культуры только увеличилась, так как она может помочь организациям адаптироваться к изменяющейся рыночной среде и привлекать и удерживать таланты в конкурентной среде.

Даниэл Баун, Итске Крамер говорят о том, что, культура начинается с утверждения, что проблемы, с которыми мы сталкиваемся в организациях, являются одновременно и новыми,

и древними, они уникальны и вместе с тем универсальны для человеческого опыта [3]. Авторы этой книги приводят разные примеры развития культуры разных народов мира.

Ключевые аспекты корпоративной культуры являются:

- 1) Ценности и убеждения: определяют, что важно для организации и ее работников;
- 2) нормы и правила поведения: определяют, как работники должны вести себя в рамках организации;
- 3) символы и обряды: представляют собой символические элементы культуры, которые выражают ее уникальность;
- 4) традиции и обычаи: установленные и продолжаемые способы деятельности, регулирующие поведение работников в организации.

Культура формирует общие ценности и нормы поведения, что обеспечивает единый подход к работе и решению проблем. Она улучшает взаимодействие между работниками, что может привести к более эффективной работе и лучшим результатам.

Методы и инструменты формирования корпоративной культуры могут различаться в зависимости от организации и ее особенностей, но общие подходы и принципы существуют. Основные подходы к формированию корпоративной культуры включают:

Установление ценностей и принципов, которые отражают миссию и цели организации, и внедрение их во все сферы жизни организации.

Создание и распространение корпоративных норм и правил, которые определяют, каким образом работники должны вести себя внутри и снаружи организации.

Использование символов и традиций, которые создают уникальный идентификационный образ организации, формируют ее имидж и поддерживают единство и солидарность коллектива.

Развитие лидерства и коммуникаций внутри организации, которые позволяют создать атмосферу доверия и сотрудничества между работниками, повысить мотивацию и ответственность, а также обеспечить эффективное управление.

Корпоративная культура является важным элементом развития организации, который влияет на ее конкурентоспособность, производительность, удовлетворенность работников и другие аспекты деятельности. Многие исследования подтверждают, что организации с развитой корпоративной культурой имеют более высокую эффективность и успешность в долгосрочной перспективе [1]. В работе Питера Сенге также подчеркивается важность корпоративной культуры для развития организации. Автор утверждает, что успешная организация должна иметь «обучающуюся культуру», которая позволяет ей адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды [4].

Одним из важных аспектов корпоративной культуры является ее способность привлекать и удерживать талантливых сотрудников. Ведущие компании понимают, что развитие корпоративной культуры важно для того, чтобы привлекать лучших кандидатов на вакансии и сохранять опытных сотрудников в своих рядах.

В качестве примера можно привести исследование Эрих Флэмхольц, Ивонн Рэндл, в котором они обнаружили, что компании с сильной корпоративной культурой обычно имеют лучшие результаты финансового планирования и выполняют свои бизнес-стратегии более эффективно, чем компании без явной корпоративной культуры [5].

Корпоративная культура играет важную роль в стратегическом планировании и развитии талантов. Культура организации определяет ее ценности, нормы и ожидания, а также формирует рабочую среду, которая может привлекать или отталкивать таланты.

Стратегия развития талантов — это долгосрочный план действий, который разрабатывается организацией для управления процессом поиска, привлечения, развития и удержания талантливых сотрудников, которые могут существенно повлиять на достижение бизнес-целей. Стратегия развития талантов включает в себя различные инструменты и методы, такие как обучение и развитие, управление талантами, вовлечение и мотивация сотрудников, которые помогают организации создать и поддерживать конкурентные

преимущества на рынке труда. Это важный элемент стратегического планирования организации, который направлен на обеспечение устойчивого развития бизнеса в долгосрочной перспективе.

Основные виды стратегий развития талантов в организации:

стратегия обучения и развития персонала — это стратегия, которая ориентирована на развитие навыков и умений существующих работников. Она включает в себя обучение и развитие сотрудников, а также создание программ наставничества и менторства;

стратегия управления талантами — это комплексное и системное планирование и реализация мероприятий, направленных на управление и развитие талантливых работников в организации;

стратегия вовлечения и удержания талантов — это стратегия, которая ориентирована на удержание талантливых работников в организации. Она включает в себя создание привлекательных условий труда, программ поощрения и мотивации, а также поддержку баланса работы и личной жизни.

Таким образом, корпоративная культура играет важную роль в стратегическом планировании талантов, поскольку она может повлиять на привлечение, удержание, развитие и удовлетворенность талантов, а также формирование имиджа организации как привлекательного работодателя.

Характеристики стратегии развития талантов в организации могут варьироваться в зависимости от особенностей организации, ее целей и культуры, но в целом можно выделить несколько общих характеристик:

Ориентация на потребности организации и талантов. Стратегия развития талантов должна быть направлена на удовлетворение потребностей и интересов как организации, так и ее работников-талантов. Она должна основываться на анализе текущих и будущих потребностей организации в талантах, а также на определении потенциала и интересов талантливых работников, чтобы максимально эффективно использовать их таланты и мотивировать их на достижение общих целей.

Использование современных методов и технологий. Стратегия развития талантов должна включать в себя современные методы и технологии для привлечения, развития и удержания талантов. Это могут быть различные онлайн-платформы для обучения и развития, системы управления талантами, аналитические инструменты для оценки потенциала работников и определения потребностей организации в талантах.

Активное участие топ-менеджмента. Успешная стратегия развития талантов требует активного участия топ-менеджмента, который должен являться сторонником и главным пропагандистом такой стратегии внутри организации. Топ-менеджмент должен поддерживать инициативы по развитию талантов, выделять ресурсы и инвестировать в различные программы и проекты.

Гибкость и адаптивность. Стратегия развития талантов должна быть гибкой и адаптивной, чтобы она могла быстро реагировать на изменения внутри и вне организации. Это может включать в себя регулярное обновление стратегии в соответствии с изменениями бизнес-среды, а также гибкость в выборе методов и инструментов развития талантов в зависимости от потребностей организации и работников.

Таким образом, могу сделать следующие выводы: Культура – это ДНК людей или организации, полное руководство по работе, свод правил, диктующих, что хорошо, а что – плохо, что приемлемо, а что нет: нормы общества. Культура может быть незаметной, но она очень важна. Она не только руководит нашим поведением и чувствами, но и придает смысл повседневным действиям и миру вокруг.

Рынок труда потерпел значительные изменения в связи с цифровизацией, глобализацией, автоматизацией и быстрым развитием технологий. Это можем напрямую влиять на работоспособность работника, однако больше всего на хорошо выполняемую работу работника влияют его личностные качества и мотивация, которая зависит от правильного менеджмента и управления персоналом. Трудовая мотивация – это базовое

поведение работника при выборе того или иного места и времени работы, а также длительности рабочего дня. Она связана со сформировавшейся у него системой ценностей, которая основана на совокупности исторических действий, опыта, квалификации, представлений о желаемой работе, степени удовлетворенности внутренним миром, жизненными принципами и моральными принципами. На мотивацию работника могут влиять такие системы как: система поощрения, обучения, развития и карьерный рост. Чем больше у человека удовлетворены его базовые потребности, тем больше он мотивирован работать. Очень важно знать и понимать какие изменения происходят в культуре организации в условиях цифровой трансформации. Какие препятствия могут возникнуть при внедрении цифровых инструментов и технологий в корпоративную культуру организации. Как цифровая трансформация влияет на развитие талантов в организации и как изменяются требования к профессиональным навыкам и компетенциям работников в условиях цифровизации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Schein, Edgar H. «Organizational culture and leadership» 989 Market Street, San Francisco, CA 94103-1741, 2004.
2. Frost, P. «Reframing organizational culture» J. et al. 1991.
3. Даниэль Браун, Итске Крамер «Корпоративное племя. Чему антрополог может научить топ-менеджера» г. Москва 2018 г.
4. Питера Сенге «The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization» 1990
5. Eric Flamholtz, Yvonne Randle «Corporate Culture The Ultimate Strategic Asset» 2011

ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЖОБАЛАРДЫ БАСҚАРУ ЖӘНЕ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ САНА КӨЗҚАРАСЫ

Абдуалиева Ж.С.

Әл-фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті

Ғылыми жетекшісі: Нурсейтова Г.Б.

э.ғ.к., аға оқытушы

Түйіндеме

Қазіргі уақытта экологиялық жобаларды басқару және экологиялық таза өнімдерді өндіру үлкен маңызға ие. Бұл зерттеудің мақсаты, экологиялық жобалардың ерекшеліктері, экологиялық сана мен тұтынушылардың экологиялық таза өнімдерге көзқарасы болып саналады. Білім мен экологиялық хабардылықтың негізгі маңыздылығы қарастырылады. Зерттеулердің нәтижесінде олардың негізгісі тұтынушылардың экологиялық өнімдерге пікірлерінің әсерін қарастыратын қолданыстағы Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыге ағымдағы шолу жасалынды. Бұл сонымен қатар "экологиялық жоба" тұжырымдамасын нақтылауға ықпал етеді. Мақалада "жоба", "экологиялық таза өнім", "экологиялық сана" ұғымдары түсіндіріледі. Бұл зерттеу мақаласы мәліметтер базасын қарастырады, деректерді талдайды. Ақпараттарға және зерттеу мақалаларының нәтижелеріне сүйене отырып, экологиялық таза өнімдер туралы экологиялық хабардарлықты арттыру керек екенін және экологиялық санаға мән беру қажет екенін көрсетеді. Осылайша, экологиялық білім мен сана "жасыл" экономикада делдал болып табылады. Тұтынушылардың экологиялық жобалардың серпінді дамуына әсер ететін негізгі компаниялардың өндіріс деңгейінің көрсеткіштеріне әсері қоршаған ортаны қорғауда шешуші рөл атқарады.

Түйінді сөздер: экологиялық таза өнім, жобаларды басқару, тұтынушылық мінез-құлық, экологиялық сана.

Жалпы біздің ойымызша, экологиялық таза өнім тек құрамында зиянды қоспасы жоқ деп қарастырылады. Қазірдің өзінде сарапшылар бүкіл әлемде экологиялық өнімдерге сұраныс жыл сайын орта есеппен 20-30 пайызға артып келеді деп мәлімдейді. Қоспасыз таза өнім Қазақстанның басты ерекшелігіне айналдыру үшін көп жұмыстар жүргізілуді қажет етеді. Қазақстан экологиялық таза азық-түлік өнімдерін өндіретін ел ретінде әлемдік аренада өз имиджін қалыптастыруға тиіс. Бұл үшін қазірдің өзінде көптеген мүмкіндіктер бар, сол үшін экологиялық жобаларға баса назар аударып, экологиялық санаға мән беру керек. Экологиялық жобаларды басқару бәріне бірдей белгілі емес, ол өзінің нақты ерекшеліктерімен айқындалады. Дегенмен, жобаға негізделген экологиялық таза өнімдерді өндіру негізгі рөлге ие болып тұрса да, сонымен қатар әрбір жүзеге асырылатын қызмет түрінің процестерін, яғни сатып алу, сату, тұтынушылық мінез-құлық, экодизайнды әзірлеу және қайта өңдеуді біріктіретін іс-әрекеттер де маңызды орын алады (3).

Барлық зерттеу мақалаларында тұтынушылардың көзқарасы өнімге және оның өндірушілеріне қалай әсер ететіні, жобаларды басқару технологиясын, тәсілдерін нақты анықтау мәселелері туралы айтылады. Алайда, экологиялық жобалардың сапалы түрде орындалуына негізгі экологиялық білім, тұтынушылар мен тіпті өндірушілердің сана көзқарасы тікелей әсер ететіні көбін толғандырмайтын мәселе көрінеді. Мәселе әдіснамалық сипатта болады, экологиялық таза өнімге қол жеткізу перспективаларын одан әрі анықтау мен оны шешуге байланысты болмақ. Мақаланың мақсаты экологиялық таза өнімдерге негізделген әсерлерді талдау және жалпылау болып табылады. Осылайша, экологиялық жобаларды басқарудың ерекшеліктері мен экологиялық сананың оған деген әсері қандай деген сұраққа жауап беріледі.

Экологиялық таза өндірістегі жобаларды басқару - бұл өнімнің экологиялық жауапкершілікпен өндірілуін қамтамасыз ету процесі. Экологиялық жобалар өзіндік қасиеттерімен ерекшеленетін инвестициялық жоба болып саналады. Олар арнайы мақсатқа бағыттала отырып жасалынады. Негізгі мақсат табиғат ресурстарын орынды қолдануға басты мән беретін, қоршаған ортаны қорғауға арналған. Сонымен қатар қоршаған ортаға деген антропогендік әсердің қызметіне түсірілетін жүктеме деңгейін төмендету үшін және зиянды заттар мөлшерін төмендету бағытында жүзеге асырылады. Осы тақырыптар төңірегінде көптеген жарияланған басылымдар негізінде зерттелетін мәселенің негізгі өзектілігін байқауға болады. Алайда, экологиялық және онымен байланысты экономикалық проблемалар санының артуы, ғылым мен техниканың дамуы, қалдықтармен және басқа ластанулармен жұмыс істеу саласында жаңа технологиялардың пайда болуы, жобаларды іске асырудың жаңа ұйымдастырушылық формалары және басқа да факторлар экологиялық жобалардың қолданыстағы жіктемелерін және олармен байланысты инвестицияларды кеңейту және толықтыру қажеттілігіне әкеледі. Шет ел тәжірибесінде негізгі экологиялық таза өнімдерге біршама көңіл бөлінгендіктен, Қазақстандағы экологиялық таза өнімдерге деген көзқарас төмен деңгейде екені байқалады.

Экологиялық таза өнімді басқару бірнеше негізгі кезеңдерді қамтиды, соның ішінде өнімді әзірлеу, өндіру, тарату, пайдалану және кәдеге жарату. Бұл реттен өнімнің шикізаттан бастап кәдеге жаратуға дейінгі өмірлік циклі бойына қоршаған ортаға әсерін азайту болып саналады. Экологиялық өнімдер жобаларын басқару экологиялық тұрақты өнімдерді әзірлеу мен енгізуді жоспарлауды, ұйымдастыруды және қадағалауды қамтиды. Бұл жобаның мақсаттары мен міндеттерін, қажетті ресурстарды анықтауды, жобаның кестесін құруды, жобаның уақытында және бюджет шеңберінде орындалуын қамтамасыз ету үшін прогресті бақылауды қамтиды. Осы тұрғыда жобаларды тиімді басқару мүдделі тараптармен, соның ішінде жеткізушілермен, тапсырыс берушілермен және реттеушілермен ынтымақтастықты, сондай-ақ экологиялық нормалар мен озық тәжірибелерді терең түсінуді талап етеді. Экологиялық өнімдер жобаларын басқару тұтынушылардың қоршаған ортаға әсерін азайту кезінде олардың қажеттіліктерін қанағаттандыратын таза өнімдерді өндірудің маңызды аспектісі. Экологиялық жобаны басқару - бұл белгілі бір ресурстарды пайдалана отырып, белгілі бір уақытта белгілі бір мақсатқа жету үшін жұмысты жоспарлау, ұйымдастыру,

басқару және бақылау процесі. Жобаны сәтті басқару жақсы қарым-қатынасты, жұмысты жоспарлау мен ұйымдастыруды, тәуекелдер мен ресурстарды басқаруды және өзгеретін жағдайларға бейімделуді қажет етеді. Бұл келесі қадамдарды қамтитын процесс ретінде көрсетіледі:

- ✓ Жобаның мақсаттары мен міндеттерін анықтау
- ✓ Жобаны орындау үшін қажетті ресурстарды бағалау
- ✓ Жобаны жоспарлау және мерзімдерді белгілеу
- ✓ Команданы таңдау және рөлдер мен жауапкершілікті тағайындау
- ✓ Іс-қимылдың егжей-тегжейлі жоспарларын әзірлеу және жұмыстардың орындалуын бақылау
- ✓ Жобаның барысын бағалау және жоспарларды үнемі жаңарту
- ✓ Өзгерістер мен қауіпті жағдайларды басқару
- ✓ Нәтижелерді бағалау және жобаны аяқтау

Соңғы жылдары экологиялық жауапты және тұрақты өнімдерге сұраныс артып келеді және компаниялар осы талаптарға жауап беретін экологиялық таза өнімдерді жасау үшін зерттеулер мен әзірлемелерге инвестиция салу арқылы жауап береді. Жобаны басқару бұл процестің маңызды құрамдас бөлігі, өйткені ол компанияларға өз жобаларының уақытында, бюджетте және қажетті сапа стандарттарына сәйкес орындалуын қамтамасыз етуге көмектеседі. Қазақстанда "экологиялық таза" немесе "қоршаған ортаға зиянсыз" өнімдерді өндіруге бағытталған өндіріс орындары бар. Тұтынушылардың сатып алу кезінде олардың таңдауының қоршаған ортаға әсері туралы хабардарлығы артқан сайын, экологиялық таза өнімдерге деген сұраныс өсе береді. Экологиялық таза өнім - бұл жасыл өнім. Мұндай өнімдерді қоршаған орта мен адамдардың тұтыну деңгейі енді өсіп келе жатқандықтан, жоба сапалары мен өткізу қарқыны аса маңызды. Осы тұрғыдан алғанда, мінез-құлық ерекшеліктері, өнімді пайдалануға және таза өндіріс үшін тәуекелдерді анықтауға негізгі әсер ету, нарықтық мүмкіндіктерді тиімді пайдалану және тұрақтылықты сақтау басты назарда (4).

Экологиялық таза жобаларды басқарудың өзіндік ерекшеліктері бар, олар жобаның экологиялық аспектілері мен әлеуметтік салдарын ескерумен байланысты. Олардың ең негізгілеріне экологиялық салдарларды есепке алу, әлеуметтік жауапкершілік, тәуекелдерді басқару, мүдделі тараптармен ынтымақтастық, өнімнің өмірлік циклін есепке алу, стандарттар мен нормаларды қолдау жатады. Әрқайсысы жобаның сәтті орындалуына әкелетін ерекшеліктер. Сондықтан басты аспектілерді айқындап алған жөн.

Экологиялық өнімдер тұтынушылар қоршаған ортаға қамқор болып, тұрақты және экологиялық өнімдерді талап ететіндіктен, экологиялық таза өнімдерге байланысты жобаларды әзірлеп, жүзеге асыру негізгі әрекет болмақ. Бұған жауап ретінде Қазақстандағы компаниялар осы талаптарға жауап беретін жаңа өнімдерді жасау үшін зерттеулер мен әзірлемелерге инвестиция салады. Елде экологиялық өнімдерді өндіруге қажетті шикізатты қамтамасыз ететін ормандар, көлдер мен пайдалы қазбаларды қоса алғанда, табиғи ресурстардың бай базасы бар. Жүргізілген зерттеу ақпараттарына сүйенсек, Қазақстандағы ең танымал экологиялық өнімдердің қатарына азық-түлік өнімдері, астық дақылдары, табиғи косметика және экологиялық таза үй тауарлары жатады. Бұл өнімдер экологиялық таза материалдар мен процестерді қолдана отырып шығарылады және олардың қоршаған ортаға әсерін барынша азайтуға арналған. Соңғы жылдары азық-түлік, дәнді дақылдар, яғни таза өнімдердің рөлі артуда, өйткені тұтынушылар зиянды химиялық заттар мен қоспаларсыз пайдалы, табиғи тағамдарды іздейді.

Осындай жобалардың орын алуына, экологиялық хабардарлықтың болуы, тұтынушылардың экологиялық таза өнімге деген қызығушылығының артуы, өндіріске оң әсер ету, өндірушілердің талғампаздығы әсер етеді. Ал мұның бәрі экологиялық сана ұғымымен тығыз байланысты. Экологиялық сана - бұл қоршаған ортаға саналы көзқарас, адам мен табиғат арасындағы байланысты түсіну және адамның іс-әрекетінің қоршаған ортаға әсерін түсіну. Экологиялық сана қазіргі қоғамда маңызды рөл атқарады, өйткені ол

адам қызметінің қоршаған ортаға теріс әсерін азайтуға және тұрақты дамуды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Ол сондай-ақ экологиялық жауапты мінез-құлық пен табиғатқа құрметпен қарауды қалыптастыруға ықпал етеді. Экологиялық сана әртүрлі нысандарда көрінуі мүмкін: экологиялық жобаларға қатысуда, экологиялық қауіпсіздік ережелерін сақтауда, экологиялық таза тауарлар мен қызметтерді таңдауда, табиғи ресурстарды саналы түрде пайдалануда және басқа да көріністерде. Таза өнімдерді пайдаланатын кез-келген тұтынушының мінез-құлқын зерттеу мүмкін емес, алайда оны ол белсенді сатып алу деңгейіне негізделген арақатынас көрсеткішімен анықтауға болады. Экологиялық таза өнімдерді тұтынушылардың көзқарасына негізделген адамдардың сатып алу мінез-құлқы бірлескен ақпараттылықты қажет етеді, ал білім беру-бұл тұтынушының шынайы сатып алу ниетін қалыптастыру экологиялық таза өнімдерге оң, дұрыс немесе достық көзқарасқа негізделген өз қарқынымен жүзеге асырылатын процесс (4). Қарапайым тілмен айтқанда, адамдарға өнімді пайдалану себептері және оның негізгі қоғам мен қоршаған ортаға әсері туралы мәліметтер беру олардың танымдық деңгейін жоғарылатады және хабардарлықты арттырады, содан кейін өнімге деген көзқарас өзгеруі мүмкін. Экологиялық санасы бар адамдар табиғатты қорғау және экологиялық қауіпсіздік бүкіл қоғам үшін маңызды міндеттер екенін түсінеді және оларды шешуге күш салуға дайын. Ол біздің планетамыздағы барлық тіршілік иелері үшін тұрақты және қолайлы болашақ құру үшін маңызды. Әр түрлі форматтағы күнделікті ақпарат алу, іс-шараларға деген құштарлық, экологиялық білімге толық әсер етпесе де, экологиялық таза өнімге қатысты сыртқы ақпарат көзі болып саналады (2). Ал бұл дегеніміз экологиялық таза өнімдерге, сонымен бірге қоршаған ортаға деген адамдардың санасына экологиялық ұғымның маңыздылығын енгізеді.

Қазақстанда экологиялық таза өнімдерді ілгерілету және енгізу бизнес-сектор үшін ғана емес, мемлекет үшін де басымдық болып табылады. Мемлекет компанияларға экологиялық таза өндірістік процестер мен технологияларды енгізуге ынталандыру мен қолдау көрсетеді. Сонымен қатар, нарықта экологиялық таза өнімдерді анықтау және ілгерілету үшін қолданылатын әртүрлі сертификаттау схемалары мен таңбалау жүйелері бар. Айқындалған мақсат-Қазақстандағы экономикалық дамудың неғұрлым орнықты және экологиялық жауапты моделіне көшу. Елімізде тұрақты дамуға жәрдемдесуге және елдің қоршаған ортаға әсерін азайтуға бағытталған экологиялық жобалармен айналысатын бірнеше компаниялар бар. Зерттеу негізінде шолу барысында ол өндіріс орындарының экологиялық жобаларға тигізетін әсерлері қарастырылды. Мысалы, ҚазМұнайГаз-Қазақстанның ұлттық мұнай-газ компаниясы. ҚазМұнайГаз өз қызметінің қоршаған ортаға әсерін азайтуға ұмтылады және экологиялық таза энергия көздерін әзірлеуді және парниктік газдар шығарындыларын азайтуды қоса алғанда, бірнеше экологиялық жобаларға қатысады. Ал Eco-Solutions-табиғи косметика, органикалық азық-түлік және үй тауарларын қоса алғанда, экологиялық таза өнімдерді әзірлеуге және өндіруге маманданған қазақстандық компания. Eco-Solutions қоршаған ортаға әсерін азайтуға және тұрақты дамуға ықпал етуге бағытталған. Осы секілді бірнеше ілгерілетуге байланысты жобалар қарастырылған. Олардың бірі "Экологиялық таза өнім" таңбасын жасау жөніндегі жоба. Бұл таңбалау өнімнің экологиялық стандарттарға сәйкес өсірілгенін немесе өндірілгенін көрсетеді. Мұндай жоба халықтың экологиялық таза тағам туралы хабардарлығын арттыруға және тұтынушыларға азық-түлік сатып алу кезінде саналы түрде таңдау жасауға көмектесуі мүмкін. Сонымен бірге экологиялық таза өнім өндірушілер өз өнімдерін тікелей тұтынушыларға сата алатын интернет-платформа құру жобасы. Мұндай жоба өндірушілерге сатылымды арттыруға және тұтынушыларға экологиялық таза өнімге қол жеткізуге көмектеседі. Экологиялық таза азық-түлік фестивальдері мен жәрмеңкелерін ұйымдастыруға байланысты жобаларда жүзеге асырылып тұрады. Мұндай іс-шаралар экологиялық таза өнімдерді жылжыту және сату, сондай-ақ өндірушілер мен тұтынушылар арасында тәжірибе алмасу алаңына айналуы мүмкін. Сонымен қатар, мұндай іс-шаралар бұқаралық ақпарат құралдарының назарын аударып, халықтың экологиялық таза өнімнің не екендігі туралы хабардарлығын арттыра алады. Бұл жобаларды басқару негізінде тек белгілі бір компания төңірегінде емес, үкімет тарапынан

жүзеге асырылып отырғандықтан, маңызы ерекше. Экологиялық жобалардың өзіндік ерекшеліктері бар, олар елдің бірегей табиғи жағдайлары мен экономикалық даму ерекшеліктерімен байланысты.

Осылайша, шолудағы негізгі мәселе тұтынушылық мінез-құлық барысында компаниялардың өндірістік көрсеткіштерімен байланысты болды. Тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін және нарықтағы бәсекелестікті ескере отырып, өз өнімдерімен жасыл экономика жағдайында нарыққа шығу үшін ең бастысы - өнім шығару. Ал өнім шығару тікелей жобаларды іске асырып, жүзеге асырумен және оны басқарумен байланысты. Сондай-ақ, өнімдерді экологиялық таза өнімдерге артықшылық бере отырып, тұтынушылардың қажеттіліктеріне қарай әзірлеу керек екенін есте ұстаған жөн. Нарықты экологиялық өнімдер бүкіл нарықта орналастырылып, таза өнімдермен қамтамасыз етілуі керек (5). Осы орайда экологиялық сана жобаларды басқаруда маңызды рөл атқара алады. Экологиялық сана жобаларды басқаруда қалай пайдалы болатынының бірнеше мысалдары келтірілді. Олар жобалық құжаттамадағы экологиялық аспектілерді есепке алу, қоғамның атсалысуы, экологиялық ережелер мен талаптарды сақтаумен ерекшеленді. Жобаның барлық қатысушыларының қоршаған ортаға қатысты хабардарлығы мен жауапкершілігін арттыруға көмектесіп қана қоймай, жобаларды басқаруда сәтті жүргізілетін іс-әрекетке негіз болады. Бұл экологиялық таза өнімдер нарық тек шағын арнайы тұтынушыларға ғана емес, сонымен қатар жалпы жұртшылыққа бағытталған етіп жасалуы керек. Өйткені, содан кейін ғана толық экологиялық таза өнімдердің маңыздылығы артып, белгілі бір уақытта ғана емес, күнделікті негізде де қолайлы бола бастайды (1). Сонымен, тұтынушылардың қалауы да басты ерекшелікке ие, өйткені олар нарықпен тікелей байланысты. Ал экологиялық білім-бәрінің бастамасы, сонда жобалардың сәтті жүзеге асырылуына да негіз болады. Оған бағытталған экологиялық сананың орны бөлек. Шолу жасау нәтижесінде экологиялық сананың қандай маңызды рөл атқаратыны белгілі болды. Егер білім, яғни хабардарлық болса, онда тұтынушы өнім туралы мүлдем басқа түсінікке ие болады және бұл өндіріс процесіне де әсер етеді. Экологиялық білім экологиялық сананың негізгі элементі ретінде сипатталады. Осылайша, экологиялық таза өнімдер негізінде жүзеге асырылған жобалар барысында "қоғам, адам, өнім, таза, жасыл, қоршаған орта, нарық" жүйесіндегі қатынастардың мәнін түсіну пайда болды.

Білім мен тұтынушылық мінез-құлықтың өнімділік пен экономикалық өсумен, сондай-ақ экологиялық жобаларға әсерлері бар екенін көрсетті. Тұтынушылардың мінез-құлқын және олардың экологиялық жоба процесіндегі өндіріс орындарын жобалау процесінің қозғаушы күшін негізгі нәтижелермен қарастырады. Зерттеулердің экологиялық өнімдерге, жобаларды тиімді түрде басқару процесіне, экологиялық сананың, ондағы білімге бағытталғаны көрсетілді. Осы орайда, БҰҰДБ (Біріккен Ұлттар Ұйымының Даму бағдарламасы) экологиялық мәдениетті қалыптастыру жөніндегі экомәдениетті көтеруге бағытталған 2020-2024 жылдарға арналған жоба әзірленіп жатыр.

Қорытындылай келе, Қазақстанда экологиялық өнімдер саласындағы жобаларды басқару тұтынушылардың қоршаған ортаға әсерін азайту кезінде олардың қажеттіліктеріне жауап беретін тұрақты және экологиялық өнімдерді құрудың маңызды аспектісі болып табылады. Жобаны тиімді басқару нақты мақсаттар мен міндеттерді, жақсы жоспарланған жоба кестесін, мүдделі тараптармен ынтымақтастықты және экологиялық нормалар мен озық тәжірибелерді терең түсінуді талап етеді. Жобаларды басқаруға инвестиция сала отырып, Қазақстандағы компаниялар қоршаған ортаға оң әсерін тигізе отырып, олардың жобаларының бюджет шеңберінде және талап етілетін сапа стандарттарына сәйкес мерзімінде іске асырылуына кепілдік бере алады. Ал оларға әсер ететін дүниетанымның ең маңызды тұжырымдамалық функциясы – экологиялық сана. Барлығы бір-бірімен байланысты ерекшеліктермен сипатталатын болғандықтан, тек мемлекет үшін ғана емес, жалпы ғаламға, қоршаған орта үшін айрықша маңыздылығымен сипатталады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Hing Kai Chan, Rachel W.Y. Yee, Jing Dai, Ming K. Lim. (2016). The moderating effect of environmental dynamism on green product. *Int. J. Production Economics* .
2. Huang Dan, Jin Xin, Coghlan Alexandra. (2021). Advances in consumer innovation resistance research: A review and research agenda. *Technological Forecasting & Social Change* , 1-21.
3. J.-T., W. (2020). Dynamic procurement risk management with supplier portfolio selection and order allocation under green market segmentation. *Journal of Cleaner Production*
4. Malatinec, T. (2019). Attitudes of Europeans towards green products. *Green public procurement* , 99-106.
5. Somohano-Rodríguez, C. A.-G. (2021). Do Consumers Value Environmental Innovation in Product? *MDPI* , 1-15.

DIGITALIZATION OF BUSINESS: KAZAKHSTAN AND FOREIGN EXPERIENCE

Нұртаева Қ.С.

КазНУ им. Аль-Фараби, Высшая Школа Экономики и Бизнеса,
Инновационный менеджмент, Докторант 1^{го} курса

Научный руководитель: Турбекова Б.О.
к.э.н., ст. преподаватель

In the current economic conditions, in order for Kazakhstan to enter the trajectory of sustainable development, it is necessary to follow the main trends of the digital economy. Digital transformation is a necessary strategy, since states that intensively use information management methods have huge competitive advantages over countries that are based only on traditional methods. The digital economy is an economic activity in which the key factor of production is digital data, the processing of large amounts of information and the use of analysis results, which, in comparison with traditional forms of management, can significantly increase the efficiency of various types of production, technologies, equipment, storage, sales, delivery of goods and services. Therefore, the transformation of the management system in the Republic of Kazakhstan under the influence of total digitalization is currently a necessary process.

To activate the digital transformation of the economy, digital enterprises are needed, on the basis of which business models will be formed, including “cyber-physical systems” and the “Internet of Things”. A digital enterprise is an organization in which processes, management models and tools are integrated into a single automated functional system. To support the process of digitalization of the domestic economy and society in 2017, the Digital Kazakhstan program was adopted, focused on creating conditions of a legal, financial, organizational and technical nature.

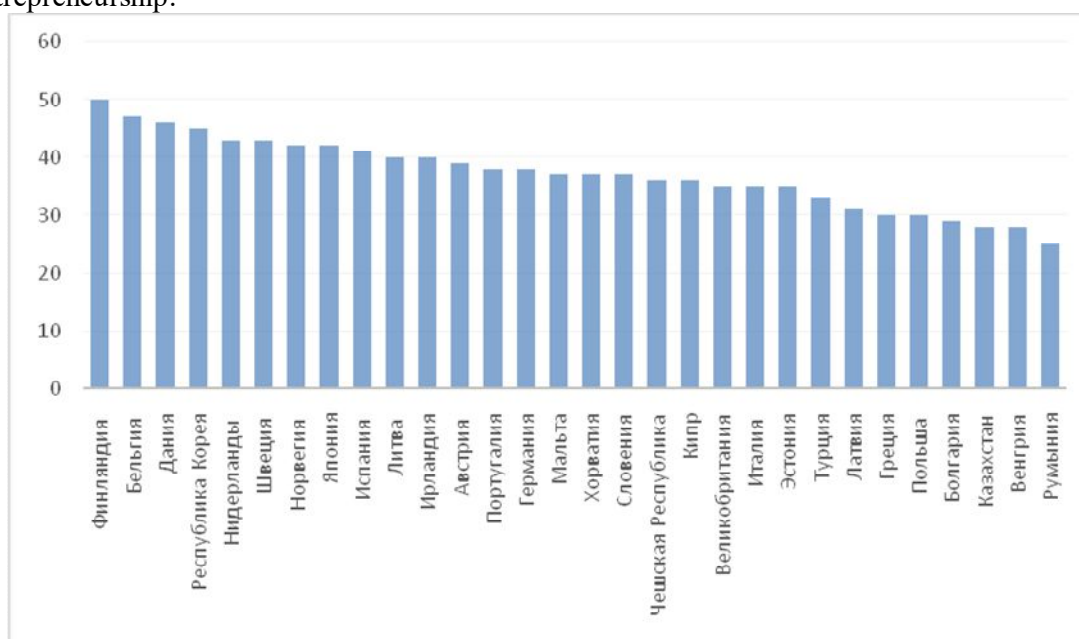
To date, the main direction of digital transformation is the digitalization of business processes - 61% of the total in all areas of development. Equal positions are occupied by data-driven management and customer service. For a more active development of digitalization processes, there is an objective need for potential personnel who are able to quickly analyze the flow of information and rationally make decisions using digital analogs, quickly adapt to the introduction of new technologies and use them to simplify operations and minimize costs at the enterprise. To achieve this goal, it is necessary to develop and introduce new academic disciplines in universities focused on international cooperation based on the experience of foreign countries and the use of modern methods and models of digital management. Currently, 5 universities are graduating IT specialists.

The IT specialty received the greatest development at IITU. Astana IT University is a research center that combines classical university traditions and modern educational technologies. The university is one of the leaders in the training of highly qualified IT specialists. Interest in developing models for the further development of the economy with the help of digital technologies is growing, as total globalization and digital transformation destroy traditional areas of activity due to the inability to compete and develop effectively. However, there are a number of obstacles to achieving a common goal - the development of an innovative culture of business and society in each region of the country. Therefore, in order to determine and use more optimal management methods

using digital technologies in different regions, it is necessary to take into account the experience of foreign countries and analyze the results of their activities in this area. Thus, the Japanese economy is characterized by the integration of "smart" production, taking into account the integration of IT and production systems.

The Norwegian digital economy is based on the development of R&D infrastructure, support and attraction of the best researchers. In Germany, the digitalization of the economy and business took place through the implementation of a number of strategic initiatives: "Information and Communication Technology Strategy", "Broadband Network Expansion Strategy", and the "Digital Construction" project. The following features can be attributed to the German management style: focus not on price competition, but on the high quality of manufactured products, as well as on customer satisfaction; developed system of motivation, training and advanced training of personnel; two-level control system; commitment to innovation, investment in R&D, cooperation with research institutes.

Consider the business digitalization index by country. It was developed by the Institute for Statistical Research for an integral assessment of the level of dissemination of digital technologies in entrepreneurship.



Picture 1 – business digitalization index by country

This index is calculated according to the following indicators: the level of broadband Internet use; the level of use of cloud services; the level of use of RFID technologies; the level of use of ERP-systems; involvement in e-commerce. In the course of the rating, we reveal that the leading positions are occupied by the Scandinavian countries: Finland (50), Belgium (47), Denmark (46). As for Kazakhstan, it lags far behind European countries. The leading countries are rapidly being introduced into the general digitalization of business, characterized by a high level of artificial intelligence and "smart" things.

Based on the rating compiled by the Institute for Statistical Research, the following conclusions can be drawn: compared to 2018, the number of companies that began to carry out transformations as part of a digital strategy, process robotization, use artificial intelligence, mechanical robots, etc. has doubled. We see that the value of the digital form of interaction is constantly growing across all industries. It is important both for communication and for the continuous development of products and services. Companies are paying more attention to the study of customer experience based on digital technologies. A product approach combined with digital technologies allows you to effectively manage the value of a product.

Conclusion

Digital transformation is a necessary vector of development for every enterprise, as it allows you to optimize the number of decision-making and value chains, reduce costs by several times, increase labor productivity, cooperation, control, and most importantly, the predictability of the result of work. The main difference between digital management and the use of management tools that were popular in the past (outsourcing, reengineering, benchmarking) is that an economic entity does not have the opportunity to choose whether to use digitalization in its management practice or not, because this direction is a prerequisite for maintaining the competitiveness of an organization on market. Analytical data made it possible to conclude that the growth dynamics of enterprises that have begun to use new digital technologies in their activities is positive, but the country lags far behind the leading countries in this area. Thus, it is necessary to train personnel at an accelerated pace, to carry out a digital transformation of business structures, which involves the use of the entire arsenal of modern IT technologies to gain competitive advantages.

REFERENCES

1. C. Zott, Business model design: An activity system perspective, Long Range Planning, 2010
2. E. Ahmed, I. Yaqoob, I.A.T. Hashem, I. Khan, A.I.A. Ahmed, M. Imran, A.V. Vasilakos, The role of big data analytics in Internet of Things, 2010
3. D.M.I. Al-Halalmeh, Impact of Business Processes Reengineering on employees performance in Jordanian electricity distribution company, 2018
4. T.H.A. Bijmolt, M. Broekhuis, S. Leeuw, C. Hirche, R.P. Roederkerk, R. Sousa, S.X. Zhu, Challenges at the marketing–operations interface in omni–channel retail environments, 2019
5. M. Del Giudice, Discovering the internet of things (IoT) within the business process management, 2016
6. Androsova, I.V. Formation of a knowledge management model in modern socioeconomic conditions. In the world of scientific discoveries, 2014
7. Yershova, I. G., Androsova I. V. introduction of knowledge management in innovative activities of organizations. Humanities, socio-economic and social Sciences, 2014
8. Vertakova Y. V., Androsov I. V., Akulov A. Yu. Institutional transformation of socio-economic systems in terms of digitalization: state, trends, problems and prospects. Monograph. 2020
9. Isaev A. R., Vagapova M. V. Innovations and information technologies as a factor of economic development. CITISE, 2019
10. Isa A. R., Yushaeva R. S. Digitalization of business as an effective method of development of the digital economy. Humanities and socio-economic Sciences. 2020.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЖҰМЫССЫЗДЫҚ МӘСЕЛЕСІ ЖӘНЕ ШЕШУ ЖОЛДАРЫ

Ниятулла А.Т.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ,
Мемлекеттік және жергілікті басқару,
3 -курс студенті,

Ғылыми жетекші: Смагулов А.М.
э.ғ.к., доцент

Жұмыспен қамту қазіргі кезде әр мемлекеттің алдына қойған проблемаларының бірі. Әр елдің тұрғындарының жұмыспен қамту деңгейі сол елдің даму деңгейін көрсетеді. Егер жұмыспен қамтылу жоғарғы деңгейде болса онда сол елдің халқының әлеуметтік-экономикалық деңгейі соған сәйкесті жоғары болады.

Елдің әлеуметтік-экономикалық даму стратегиясын жасау кезінде ескерілетін негізгі факторлардың бірі еңбекке қабілетті адамдарды жұмыспен қамту болып табылады. ҚР Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитетінің мәліметі бойынша 2022 жылғы 1 тоқсанның қорытындысы бойынша жұмыс күшінің саны 7,1 мың адамға немесе 0,1% - ға

өсіп, 9,3 млн.кұрады, егер өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырсақ, онда жұмыс күшінің 37 мың адамға немесе 0,4% - ға өскенін атап өтуге болады, ал жұмыспен қамтылған халық саны бір жылда 35,2 мың адамға ұлғайды. Бұл ретте тоқсандық және жылдық динамикадағы Жұмыспен қамтудың негізгі өсімі негізінен жалдамалы жұмысшылар санының ұлғаюына байланысты болды.

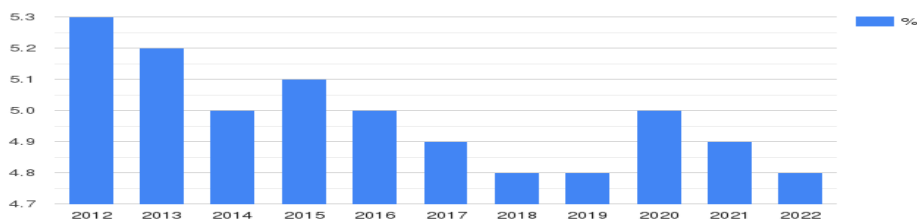
Айта кету керек, халықаралық Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературы терминологиясында еңбек нарығындағы жұмыссыздықтың анықтамалары көп. Халықаралық еңбек ұйымы (ХЕҰ) мен Қазақстан Республикасының Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті анықтамасы бойынша жұмыссыздар қатарына мыналар жатады: жұмыссыз, жұмысты бастауға дайын, жұмыс іздеп жүрген 15 жастан асқан экономикалық белсенді халық. Сондай-ақ, жұмыссыздар қатарында жеке қосалқы шаруашылықтардағы өнімдерді тек өз тұтынуы үшін өндіретін адамдар, оқушылар, студенттер, зейнеткерлер, мүмкіндігі шектеулі адамдар.

Жұмыссыздар туралы ресми статистикалық ақпарат келесі топтар бойынша қалыптасады: тұрғылықты жері, аймақ, жынысы, жас топтары, білім деңгейі, жұмыссыздық себептері, жұмыссыздықтың ұзақтығы бойынша.

Жұмыспен қамту және жұмыссыздық еңбек нарығының негізгі сипаттамалары болып табылады. Жұмыссыздықтың себептері мен мәнін ашатын әртүрлі теориялар бар. Олар жұмыссыздықтың оң және теріс әлеуметтік-экономикалық және психологиялық салдарын анықтайды. Осыған байланысты жұмыссыздықтың өсу проблемасы оны шешудің жаңа әдістерімен тәсілдерін талап етеді. Біз жұмыссыздықтың екі түрін бөліп қарастырамыз. Жалпы түрлерінің бірі табиғи жұмыссыздық (фрикциондық, құрылымдық) және циклдік/маусымдық жұмыссыздық.

Жұмыссыздықтың табиғи деңгейіне фрикциондық және құрылымдық жұмыссыздық кіреді. Жұмыссыздықтың бұл түрі елдің экономикалық өсу динамикасына байланысты емес және кадрлардың тұрақтамауы, демографиялық себептер, көшіп-қону сияқты табиғи себептерге байланысты болады. Ал, маусымдық жұмыссыздық жекелеген салалардың өндіріс көлемінің маусымдық ауытқуымен түсіндіріледі.

Қазақстандағы еңбек нарығына келетін болсақ, олардың әртүрлі түрлері бар: табиғи және циклдік жұмыссыздық. Мамандығы немесе біліктілігі бойынша еңбек нарығында сұраныстың сәйкес келмеуі сияқты факторлар үшін өтініш беруші жұмыс таба алмайды. Сондай-ақ құрылыс саласында және ауыл шаруашылығы саласы маусымдық сұраныспен ерекшеленеді.



Сурет 1 - Қазақстандағы соңғы 10 жылдағы жұмыссыздық деңгейі

Қазақстанның ресми жұмыспен қамтылған халқының жалпы саны 12 441 768 адамды (65.2%), зейнеткерлерді 5 152 266 адамды (27%), ал ресми ресімделген және жұмыссыздар есебінде тұрған 915 958 адамды (4.8%) құрайды.

Кәсіпкерлікті дамытудың 2021-2025 жылдарға арналған ұлттық жобасы аясында жобамең 21 мыңнан астам адамды жұмыспен қамту жоспарланса, 2022 жылы 27,1 мың адам жұмыспен қамту шараларымен қамтылған. 21 034 адам жұмысқа орналастырылды, оның ішінде 12 703 адам тұрақты жұмысқа орналастырылды.

- 1283 адамға жаңа бизнес-идеяларды іске асыруға мемлекеттік гранттар беру, 946 грант берілді.

- Әлеуметтік жұмыс орындарына 642 адам жоспарланып, 694 адам жіберілді.

- Жастар тәжірибесіне 1185 жас маман жоспарланып, 1297 адам жіберілді.

- қоғамдық жұмыстарға 4009 адамды жіберу жоспарланса, 6069 адам (151,3%) жіберілді.

- «Алғашқы жұмыс» жобасы бойынша 149 адамды жіберу жоспарланса, 172 адам (115,4%) жіберілді.

- «Күміс ғасыр» жобасы бойынша 80 адам жіберу жоспарланса, 94 адам (117,5%) жіберілді.

- «Ұрпақтар шарты» жобасы бойынша 5 адам жіберу жоспарланса, 5 адам (100,0%) жіберілді.

- «Бизнес Бастау» жобасы бойынша 1250 адам жоспарланып, 4237 адам (339,0%) жолданды.

- кәсіпкерлер сұранысы бойынша жұмыс берушілердің өтініші бойынша білім беру ұйымдарында 287 жұмыссызды оқыту жоспарланып, 302 адам (105,2%) жіберілді.

Ұлттық кәсіпкерлікті дамыту жобасы аясында 13405,7 млн.теңге бөлінді. 14949 адамды тарту.

Жұмысқа орналасуға өтініш білдірген 35 764 адамның 31 404-і ұлттық кәсіпкерлікті дамыту жобасына қатысушы ретінде тіркелген. Олар келесі салаларға бағытталған: 7812 адам бос жұмыс орындарына жұмысқа орналасқан; 493 адам жаңа бизнес-идеяларды іске асыруға мемлекеттік гранттар алды (жоспар 3437 адам немесе 14,3%, бөлінген қаражат: 4371,9 млн. теңге: РБ – 2376,9 млн. теңге, ҰҚ – 1995 млн. теңге), оның ішінде жастар – 179, халықтың әлеуметтік осал топтары. халық саны – 314 (оның ішінде: АӘК алушылар – 30, мүгедектер – 58, көп балалы отбасылар – 161, мүгедек балаларды тәрбиелеп отырғандар – 25);

Қорытындылай келе, қарап отырғанымыздай үкімет 2022 жылы жұмыссыздықты жою мақсатында көптеген жобалар жасаған болатын. Және олар өз нәтижесін көрсетті десемде болады. Бірақта, үкімет қанша жерден көптеген жобалар ұйымдастырып қаржы бөлгенімен, жұмыссыздық деңгейі әлі өршіп тұр. 2023 жылда Қазақстанда әйелдер жұмыссыздық деңгейі бойынша 5,7% құрап тұр. Керісінше жұмыссыз ерлер саны 5,5% азайған. Бірақ жұмыссыздық деңгейінен жақсы өзгерістер бар.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Казахстан - Занятое население [Электронный ресурс] // <https://ru.tradingeconomics.com/kazakhstan/employed-persons>
2. <https://bdex.ru/naselenie/kazakhstan/>
3. <https://www.gov.kz/memleket/entities/enbek/press/news/details/382027?lang=ru>

ЖОБА ТӘУЕКЕЛДЕРІН БАСҚАРУ ЖОЛДАРЫ

Ақниязова Г.Ж.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Экономика және бизнес жоғары мектебі

Жобаларды басқару, 1 курс

Ғылыми жетекшісі: Нурсейтова Г. Б.
э.ғ.к., аға оқытушы

Аннотация

Бұл мақалада жоба тәуекелдерін басқару жолдары мен әдістері қарастырылған. Мақалада әдебиеттерге шолу жасалды, тәуекелдерді басқарудың негізгі тәсілдері,

тәуекелдерді анықтау және талдау әдістері сипатталды, сондай-ақ тәуекелдерді басқарудың егжей-тегжейлі жоспары ұсынылды. Тәуекелдерді басқару процесінің негізгі кезеңдері сипатталған, оның ішінде тәуекелдердің ықтималдығы мен әсерін бағалау, тәуекел түрлерін анықтау, олардың пайда болу себептерін, тәуекелдерді басқару жоспарын түзету және тәуекелдерді басқару тиімділігін бағалау. Жұмыстың қорытынды бөлігінде жобалық тәуекелдерді басқару бойынша қорытындылар мен ұсыныстар бар, сонымен қатар мақсатқа жету және жобаны сәтті жүзеге асыру үшін тәуекелдерді басқарудың маңыздылығы сипатталады. Мақалада осы бағыттағы зерттеулердің келешегі де көрсетілген.

Жобаны басқару контекстіндегі тәуекел-бұл жобаның мақсаттарына жетуге әсер етуі мүмкін жағымсыз оқиғалардың немесе шығындардың пайда болу мүмкіндігі. Тәуекел белгісіздіктен, ақпараттың жеткіліксіздігінен, қоршаған ортаның өзгеруінен, жобаны жоспарлау мен орындаудағы қателіктерден, ресурстарды тиімсіз басқарудан және басқа факторлардан туындауы мүмкін. Жоба тәуекелдерін басқару тәуекелдерді анықтауды, талдауды және бағалауды, сондай-ақ тәуекелге жауап беру жоспарларын әзірлеуді және енгізуді қамтиды. Тәуекелдерді басқарудың мақсаты- жағымсыз оқиғалардың немесе шығындардың пайда болу ықтималдығын азайту, сондай-ақ белгіленген уақыт, бюджет және сапа параметрлері шеңберінде жобаның сәтті іске асырылуын қамтамасыз ету үшін олардың жобаға әсерін азайту.

Бұл жұмыстың мақсаты – жоба тәуекелдерін басқарудың әртүрлі тәсілдерін зерттеу және олардың ең тиімдісін анықтау. Жұмыс шеңберінде тәуекелдерді басқарудың негізгі тәсілдері, оларды анықтау және талдау жолдары мен әдістері, сондай-ақ тәуекелдерді басқаруды жоспарлау және бақылау қарастырылады.

Жоба тәуекелдерін басқару – бұл жүйелі тәсілді және әртүрлі әдістерді қолдануды талап ететін күрделі процесс. Төменде көрсетілген Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературы жобада қолдануға болатын тәуекелдерді басқарудың негізгі тәсілдерін көрсетеді.

Тәуекелдерді басқару саласындағы сарапшылар адамның белгілі бір әрекетті зерттеуге деген жеке қалауына негізделген сынақ пен қателік әдісін қолдану қайталанатын жағымсыз салдарға әкелуі мүмкін деп санайды. Тәуекелге байыпты қарау керек және оны басқару аналитикалық мәліметтер мен фактілерді ұжымдық пайдалану негізінде жүзеге асырылуы мүмкін. Бұл тәсіл тәуекелдерді басқаруда тиімді болуы мүмкін (Антонов Г.Д., 2018).

Елена нұсқаулығы жобаны ұйымдастыру, жоспарлау, сапа, тәуекелдерді басқару сияқты жобаны басқарудың әртүрлі бөліктерін қамтиды. Бұл нұсқаулық 2014 жылы әзірленген. Елена нұсқаулығы ұсынған тәсіл тәуекелдерді анықтау, талдау, бағалау, хабарлау және бақылау жолдарын көрсетеді. Бұл нұсқаулық жобаның тәуекелін бағалаудың жүйелі және практикалық тәсілін ұсынады. Оның тәуекелді анықтау әдісі жоба тәуекелдерін басқару үшін оңай қолданылатын тәуекелді бағалаудың жалпы стандарты болып табылады. Ол бизнес және мемлекеттік ұйымдарды қоса алғанда, кең ауқымды ұйымдар үшін операциялық негізді қамтамасыз ететін тәуекелдерді бағалау үдерісінің қадамдық әдістемесін ұсынады. Елена нұсқаулығында әзірленген тәуекелді бағалау тәсілі жоба тәуекелдерін бағалау кезінде менеджерлер мен жоғары лауазымды тұлғаларға арналған нұсқаулық болып табылады. Жоба менеджерлері немесе компания жетекшілері үшін бұл нұсқаулық жоба тәуекелдерін басқару бойынша қадамдық нұсқаулық болып табылады (Asadi, және басқалар, 2018).

Жаңа өнімді әзірлеу процесіне әсер ететін тәуекелдерді анықтау және саралау мақсатында сәтсіздіктердің түрлері мен салдарын талдаудың біріктірілген әдісі (FMEA) қолданылады. FMEA өнімнің ақаулық режимдерін түсінуге, сәтсіздіктің салдарын анықтауға және азайту стратегияларын әзірлеуге көмектеседі. Ол сондай-ақ тәуекелдерді басқару стратегиялары мен бағалауларының маңызды құрамдас бөлігі ретінде конструкциялар мен функциялардың сапасын, сенімділігін және тұрақтылығын арттырудың құнды құралы болып табылады. FMEA әлеуетті жобалау қателерін анықтауға, болдырмауға, жоюға және бақылауға арналған құнды құрал болып табылады. Нәтижелер көрсеткендей, «Тауар спецификациясының тұтынушылардың қажеттіліктері мен талғамдарына сәйкес келмеуі»

және «Жаңа бәсекелестің пайда болуы» жаңа өнімді әзірлеудегі ең маңызды тәуекел факторлары болып табылады(Sharifi, және басқалар, 2022).

Осылайша, Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыге шолу жоба тәуекелдерін басқарудың әртүрлі әдістер мен оларды қолдануды талап ететін күрделі процесс екенін көрсетеді. Тәуекелдерді басқарудың негізгі тәсілдеріне аналитикалық тәсіл мен тәуекелдерді басқару әдістемесі кіреді, ал жоба тәуекелдерін анықтау осы процестің бастапқы кезеңі болып табылады.

Жоба тәуекелдерін талдау – жоба мақсаттарына қол жеткізуге әсер етуі мүмкін тәуекелдерді анықтау, бағалау және басқару процесі. Жоба тәуекелдерін талдау жобаға байланысты ықтимал қауіптер мен мүмкіндіктерді анықтауға, тәуекелдерді басқару стратегиялары мен жоспарларын әзірлеуге мүмкіндік береді.

Тәуекелдердің ықтималдығы мен әсерін бағалау жоба тәуекелін талдаудың негізгі қадамы болып табылады. Әрбір тәуекелдің туындау ықтималдығы жобаға әсер етуі мүмкін тарихи деректерге, сарапшылық пікірге және жағдайларды талдауға негізделген. Әрбір тәуекелдің әсері оның жобаға және мақсаттарына ықтимал әсері негізінде анықталады.

Сыни тәуекелдерді анықтау да жоба тәуекелдерін талдаудың маңызды қадамы болып табылады. Сыни тәуекелдер – жобаға ең үлкен әсер ететін және тиімді басқарылмаса, күрделі мәселелерге әкелуі мүмкін тәуекелдер. Сыни тәуекелдерді анықтау, ең маңызды тәуекелдерге назар аударуға және оларды басқару стратегияларын әзірлеуге көмектеседі.

Тәуекелдерді басқару жоспарын әзірлеу де жоба тәуекелін талдаудың маңызды қадамы болып табылады. Тәуекелдерді басқару жоспары оларды басқару стратегиялары мен тәжірибелерін анықтайды және бүкіл жоба бойынша тәуекелдерді бақылау жоспарын қамтиды. Тәуекелдерді басқару жоспары тәуекелдерді тиімді және уақтылы басқаруға, олардың жобаға әсерін барынша азайтуға және алға қойылған мақсаттарға жетуге көмектеседі.

Тәуекелдерді бақылау және мониторингтен өткізіп отыру – жоба тәуекелдерін басқарудың маңызды бөлігі болып табылады. Сондай-ақ жаңа тәуекелдерді және бұрыннан белгілі тәуекелдердің сипаттамаларын өзгертуді уақтылы анықтау мақсатында жобадағы тәуекелдер динамикасын жүйелі түрде байқау және талдау процесі. Тәуекелді бақылау сонымен қатар тәуекелдердің туындауына ден қою процесін, яғни тәуекелдердің салдарын жеңілдету шараларын әзірлеуді және жүзеге асыруды қамтиды.

Тәуекелге жауап беру жоба тәуекелдерін басқарудағы маңызды қадам болып табылады және тәуекелдерді жою немесе азайту стратегияларын әзірлеу мен жүзеге асыруды қамтиды. Тиімді жауап беру үшін жобаның әрбір қатысушысының рөлі мен жауапкершілігін, сондай-ақ тәуекелдің ықтимал салдарын бағалауды анықтайтын нақты іс-қимыл жоспары болуы қажет. Тәуекелге қарсы әрекет ету стратегиялары жоба кестесін өзгерту, ресурстарды қайта бөлу, жобаның техникалық шешімдеріне өзгерістер енгізу, қосымша келісім-шарттар жасау, бюджетті өзгерту және т.б. сияқты шараларды қамтуы мүмкін. Бұл шаралар тәуекелдердің ықтимал салдарын және олардың жалпы жобаға әсерін мұқият талдау негізінде қарастырылуы және таңдалуы керек. Тәуекелдерге жауап беру жобаға ықтимал залалды барынша азайту үшін уақтылы және дер кезінде жүргізілуі керек екенін атап өткен жөн. Сондықтан тәуекелдерді бақылайтын және барлық мүдделі тараптарды жоба жоспарындағы ықтимал өзгерістер туралы дер кезінде хабардар ететін механизмдер болуы қажет. Осылайша, тәуекелдердің туындауына ден қою жоба тәуекелдерін басқарудағы маңызды қадам болып табылады, ол тәуекелдерді жою немесе азайту бойынша уақтылы шаралар қабылдауға және жобаның сәтті аяқталуын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Тәуекелдерді басқару жоспарын түзету – бұл тәуекелдерді басқару стратегияларын өзгертуді және жоба тәуекелдерін басқарудың алдыңғы кезеңдерінде әзірленген жоспарды қайта қарауды қамтитын процесс. Жоспарға түзетулер жоба ортасының өзгеруіне, жаңа тәуекелдердің пайда болуына немесе ағымдағы тәуекелдерді басқару стратегияларының тиімсіздігіне байланысты болуы мүмкін. Ағымдағы жоба тәуекелдерін басқару жоспарының тиімділігін бағалау оны түзету қажеттілігін анықтауға мүмкіндік береді. Бұл, мысалы, жаңа

тәуекелдер пайда болғанда немесе тәуекелдерді басқарудың тиімсіз стратегиялары анықталғанда орын алуы мүмкін. Мұндай жағдайларда тәуекелдерді басқару жоспары жаңа ортаға сәйкес түзетілуі керек. Тәуекелдерді басқару жоспарын түзету- тәуекелдерді басқару стратегияларын өзгертуден, ресурстарды қайта бөлуден, жоба бюджетін өзгертуден, жұмыс кестесін өзгертуден және т.б. тұрады. Ол сондай-ақ тәуекелдер сипаттамасын, оның ішінде олардың басымдықтары мен ықтималдығын және оларды басқаруға жауапты тұлғалардың өзгерістерін қамтуы мүмкін. Тәуекелдерді басқару жоспарын түзету мұқият талдау және тәуекелді бағалау негізінде жүзеге асырылуы тиіс екенін атап өткен жөн. Ол сондай-ақ жобаның барлық мүдделі тараптарымен келісіліп, жобаға тәуекелдердің ықтимал әсерін барынша азайту үшін тез арада жүзеге асырылуы керек. Осылайша, тәуекелдерді басқару жоспарын түзету тәуекелдерді басқару стратегияларына өзгермелі ортаға бейімделуге және жобаның сәтті аяқталуын қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін жоба тәуекелдерін басқарудағы маңызды қадам болып табылады.

Тәуекелдерді басқару тиімділігін бағалау жоба тәуекелдерін бақылаудың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Тәуекелдерді басқарудың тиімділігін анықтау үшін қол жеткізілген нәтижелерді бағалау, оларды қойылған мақсаттармен салыстыру және тәуекелдерді басқару жоспарының қаншалықты орындалғанын бағалау қажет. Тәуекелдерді басқарудың тиімділігін бағалау процесінде әртүрлі әдістер қолданылады, мысалы, статистикалық мәліметтерді талдау, аудиттер мен сауалнамалар жүргізу, жобаға тапсырыс берушінің қанағаттану деңгейін бағалау және басқа әдістер. Тәуекелдерді басқару тиімділігін бағалау нәтижелері тәуекелдерді басқару процесінің күшті және әлсіз жақтарын анықтауға және болашақта осы процесі жақсарту бойынша шаралар қабылдауға мүмкіндік береді. Осылайша, жоба тәуекелдерін басқару тиімділігін бағалау тәуекелдерді басқару процесін жетілдіру және жобаны сәтті жүзеге асыру ықтималдығын арттырудың маңызды құралы болып табылады (Шкурко, 2022).

Қорытындылай келе мақалада тәуекелдерді анықтауды, талдауды, жоспарлауды, мониторингті және бақылауды қамтитын жоба тәуекелдерін басқарудың негізгі тәсілдері мен жолдары қарастырылды. Тәуекелдерді басқарудың негізгі кезеңдері анықталды және жоба тәуекелдерін тиімді басқару үшін қолдануға болатын әдістер сипатталды. Тәуекелдердің ықтималдығы мен әсерін бағалау барынша назар аударуды және бақылауды қажет ететін маңызды тәуекелдерді анықтауға мүмкіндік береді. Тәуекелдердің туындауына ден қою және тәуекелдерді басқару жоспарын түзету тәуекелдердің әсерін және олардың салдарын барынша азайтуға мүмкіндік береді. Тәуекелдерді басқарудың тиімділігін бағалау жұмыс нәтижелерін бағалауға және тәуекелдерді басқару жоспарын түзету қажеттілігі туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Тәуекелдерді басқару жобаны сәтті жүзеге асырудың ажырамас бөлігі болып табылады және оларды тиімді басқару шығындарды азайтуға, сәтсіздікке ұшырау ықтималдығын азайтуға және мақсатқа жетуге мүмкіндік береді.

Жоба тәуекелдерін басқару жолдары:

1. Барлық жобаларда тәуекелдерді басқару жоспары болуы керек, ол жобаның бастапқы кезеңінде әзірленуі және жобаның бүкіл кезеңінде жүйелі түрде жаңартылуы керек.
2. Сыни тәуекелдерді барынша сақтықпен анықтау және басқару қажет.
3. Тәуекелдердің туындауына ден қою және тәуекелдерді басқару жоспарын түзету жылдам және тиімді болуы керек.
4. Жоба тәуекелдерін басқару сапасын жақсарту және жақсарту бағыттарын анықтау үшін тәуекелдерді басқару тиімділігін жүйелі түрде бағалау жүргізілуі керек.
5. Әртүрлі жобаларға қолдануға болатын тәуекелдерді басқарудың ең тиімді әдістері мен оларды анықтау үшін қосымша зерттеулер қажет.
6. Тәуекелдерді басқару жүйелері сияқты тәуекелдерді басқарудың тиімділігін бағалау үшін заманауи құралдарды пайдалану ұсынылады.
7. Жоба тәуекелдерін басқаруды жақсарту үшін сонымен қатар жүйелі тәсілді қолдану, маңызды тәуекелдерді анықтау, тәуекелдерді басқару жоспарларын әзірлеу және енгізу, тәуекелдердің тұрақты мониторингі мен бақылауын қамтамасыз ету ұсынылады.

Жоба сәтті орындалуы үшін тәуекелдерді басқару және олардың деңгейін түсіру маңызды болып табылады. Тәуекелдерді басқаруды қолдану жобаның тиімділігін арттыруға, шығындарды азайтуға және оны жүзеге асыруға байланысты тәуекелдерді азайтуға мүмкіндік береді. Осылайша, кез келген қызмет саласындағы жобаларды сәтті жүзеге асыру үшін жоба тәуекелдерін басқарудың негізгі жолдарын түсіну және тәуекелдерінің деңгейін төмендету бойынша шаралар уақытылы орындалуы өте маңызды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Шкурко В. Е. правление рисками проекта : учебное пособие для вузов [Книга]. - Москва : Издательство Юрайт, 2022.
2. Антонов Г.Д., Иванова О.П., Тумин В.М. Управления рисками организации. - [б.м.] : Инфра-М, 2018 г..
3. Sharifi Farzad [идр.] Identifying and ranking risks using combined FMEA-TOPSIS method for new product development in the dairy industry and offering mitigation strategies: case study of Ramak Company. - [б.м.] : International Journal of System Assurance Engineering and Management, 2022 г.. - Т. 13.
4. Asadi Pezhman [және басқалар] Project risk evaluation by using a new fuzzy model based on Elena guideline. - [орны белгісіз] : Journal of Civil Engineering and Management, 2018 ж.. - 24-том.

ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНДАҒЫ ЖҰМЫСПЕН ҚАМТУДЫ БАСҚАРУ МӘСЕЛЕСІ

Кадирбаева Ә. Ө.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ
Экономика және бизнес жоғары мектебі
Менеджмент, магистрант 1-курс

Ғылыми жетекші: Кунанбаева Д. А.
э.ғ.д., доцент

Аннотация

Берілген мақалада Жамбыл облысындағы жұмыспен қамтуды басқару мәселесінің шешу жолдары қарастылған. Зерттеудің мақсаты өңір халқын жұмыспен қамтуды басқару тиімділігін талдау. Мақалада Жамбыл облысындағы жұмыссыздық жағдайы мен динамикасы және жұмыссыздықты шешу жолдары зерттелді. Зерттеу бойынша жұмыспен қамтудың белсенді шараларын жүзеге асыру нәтижесінде өңірлік еңбек нарығында тұрақтылық сақталуда.

Кілт сөздер: өңір экономикасы, еңбек нарығы, жұмыссыздық, жұмыспен қамтуды басқару, жұмыспен қамту бағдарламалары.

Халықты жұмыспен қамту экономикалық категорияның және мемлекеттік басқарудың маңызды параметрлері болып табылады. Бұл саладағы мемлекеттік саясаттың мақсаты халықты жұмыспен қамтамасыз етуді және жұмыспен қамту бағдарламаларын жүзеге асыру. Жұмыспен қамтуды басқару мемлекеттік саясаттың құрамдас бөлігі бола отырып, міндеттерді шешуді сондай-ақ экономикадағы сапалы өзгерістерді жүзеге асырады. Елдегі саяси және әлеуметтік-экономикалық жағдайға әсер ететін жұмыспен қамту мәселесі елдегі маңызды мәселелердің біріне айналды.

Жамбыл облысындағы халықты жұмыспен қамтуды басқарудың мәселесін бағалау үшін екі негізгі көрсеткіш - халықты жұмыспен қамту және жұмыссыздық деңгейі қарастырылды.

Төменгі 1-кестеде Жамбыл облысы бойынша халықты жұмыспен қамту деңгейі көрсетілген.

2016- 2022 жылдардағы Жамбыл облысы бойынша халықты жұмыспен қамту деңгейі

Көрсеткіштер	Жылдар						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Жұмыс күші, мың адам	526,7	531,1	533	532,5	529,5	528,6	529,8
Жұмыспен қамтылған халық, мың адам	501,1	505,3	507	507	503,8	502,8	503,6
Жұмыспен қамтылу деңгейі, пайызбен	95,1	95,1	95,1	95,2	95,1	95,1	95,1

Кестеде көрсетілгендей жұмыспен қамту деңгейі 2018-2019жылдар аралығында жұмыспен қамтылған халық саны 507мың адамды құраған.2020 жылдың үшінші тоқсанында жұмыссыздар саны 25,7 мың адамды құра. 2021 жылдың соңында жұмыспен қамту органдарында жұмыссыз ретінде 16 853 адам ресми тіркелді, тіркелген жұмыссыздардың үлесі жұмыс күші санының 3,2 пайызын құрады. Жұмыспен қамтылғандардың көпшілігі өз қызметін ауыл шаруашылығында (27%), білім беруде (15,5%), сауда (13,5%) сияқты салаларда жүзеге асырады.

Сонымен қатар жұмыспен қамтылған халықтың саны 2016жылдан 2022 жыл аралығында 3,1мың адамға қосылған . Ең жоғарғы көрсеткіш жұмыспен қамтылаған халық саны 533мың адам 2018жылдыкөрсеткен.

2016-2022 жылдардағы Жамбыл облысындағы халықтың жұмыссыздық деңгейі

Көрсеткіштер	Жылдар						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Жұмыссыз халық, мың адам	25,6	25,8	26	25,4	25,7	25,9	26,2
Жұмыссыздық деңгейі, пайызбен	4,9	4,9	4,8	4,9	4,9	4,9	4,9

Келесі көрсеткіш бойынша 2-кестеде Жамбыл облысының жұмыссыздар санының артқаны көрсетілген. 2016 жылы жұмыссыздар саны 25,6 мың адамнан 2022 жылы 26,2 мың адамға өскен. Жұмыспен қамтылғандардың негізгі үлесін – 64,2% (323,4 мың адамды) 29-54 жастағы адамдар құрады. 2022 жылғы үшінші тоқсанда зерттелген ақпарат бойынша жұмыссыздар саны 26,2мың адамды құрады .

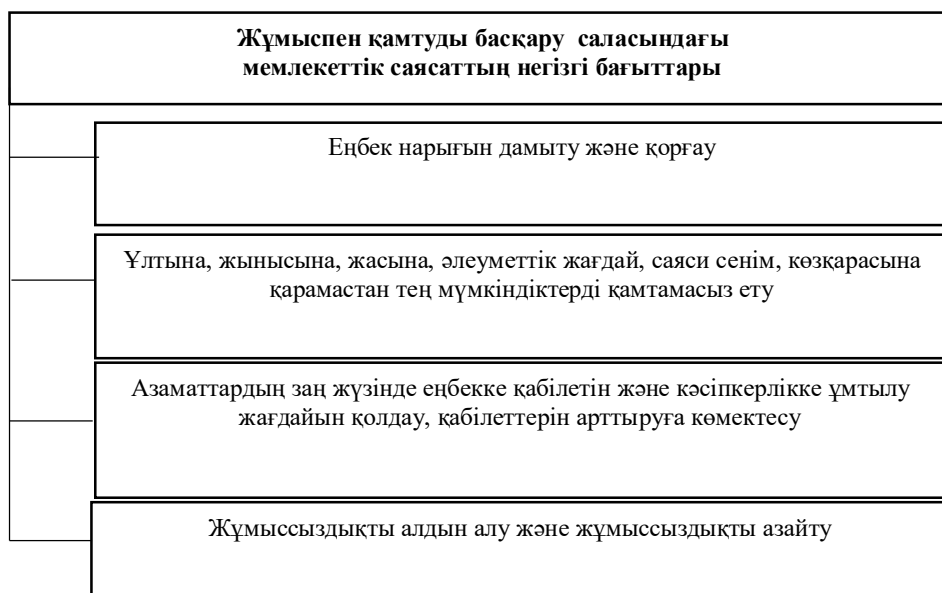
2022 жылғы халықты жұмыспен қамту іріктемелі зерттеуінің қорытындысы бойынша он бес және одан жоғары жастағы жұмыс күшінің саны 529,8 мың адамды құраған. Облыс экономикасында 503,6 мың адам жұмыспен қамтылды. Он бес және одан жоғары жастағы халыққа шаққанда жұмыспен қамту деңгейі 66,8 пайызды құрады. Жоғары және орта кәсіптік білімі барлар 418,1 мың адамды, олар жұмыс жасайтын халықтың 83 пайызынқамтиды. Жұмыспен қамтылғандардың негізгі үлесін – 64,2% (323,4 мың адамды) 29-54 жастағы адамдар құрады.

Жамбыл облысындағы жұмыспен қамтуды басқару мәселесін шешу үшін жұмыссыздықтың негізгі себептері келесідей:

1. Жамбыл облысындағы халықтың өсімі жылдан жылға көбеюі;

2. Зейнетке шығуы және жастардың оқу бітіргеннен кейін жұмысқа орналаса алмауы;
3. Жұмыс берушілердің жұмыстан қысқартуы;
4. Жұмысшылардың төмен жалақыдан бас тартып жұмыс істемеуі;
5. Өңірдегі өнеркәсіптің құлдырауы еңбек ресурстарын азайтуға мәжбүр етеді;
6. Экономикадағы құрылымдық өзгерістер;

Жоғарыдағыдай көрсетілген себептер басқару мәселесін шешуге негіз болады. Халықты жұмыспен қамту мәселесі экономикалық арттыру мен реформалардың нәтижесі ретінде ғана емес, сонымен қатар экономиканың даму деңгейі мен халықтың әлеуметтік жағдайын көрсететін өндірістің негізгі факторларын пайдалану тиімділігінің сапасы ретінде қарастырылады. Барлық мемлекет және үкімет үшін жұмыспен қамтуды басқару маңызды міндеттердің қатарына жатады. Нарықтық экономикасы дамыған елдердің тәжірибесі көрсеткендей, халықты жұмыспен қамтуды мемлекеттік реттеу жүйесінде мынадай әдістер бөлінеді: экономикалық, ұйымдастырушылық, әкімшілік заңнамалық. Халықты жұмыспен қамтудағы мемлекеттік саясат бағыттар 1- суретте көрсетілген.



Сурет 1 - ҚР -ның халықты жұмыспен қамтуды реттеу саласындағы мемлекеттік саясаттың негізгі бағыттары

Өңірде жұмыссыздық мәселесі де өзекті болып табылады. Халықты жұмыспен қамту үшін түрлі бағдарламалар мен жобалар қабылданып жатыр. Жамбыл облысының жұмыссыздық мәселесін шешу шараларының бірі ол шағын және орта бизнесті дамыту. Қазіргі кезде Жамбыл облысында шаған және орта бизнестің 87 096 субъектісі жұмыс атқарады. 2022 жылдың екінші тоқсанында шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері арқылы 311,3 млрд теңгенің өнімі өндіріліп, өткен жылмен салыстырғанда нақты көлем индексі 113,4%-ды құраған. Жамбыл облысының жұмыспен қамту шаралары 2-суретте көрсетілген.

Облыстық жұмыспен қамтуды үйлестіру және әлеуметтік бағдарламалар басқармасының ақпараты бойынша , 2012 жылы «Жұмыспен қамту-2020» бағдарламасын қаржыландыру үшін 2,4 млрд. теңге, 2013 жылы 6,2 млрд. теңге жұмсалған . 2020 жылы «Жұмыспен қамту жол картасы-2020» бағыттары бойынша 5,8 млрд. теңгені бөлді . Оның 5,3 млрд. теңгесі республикалық бюджет қаржысы.

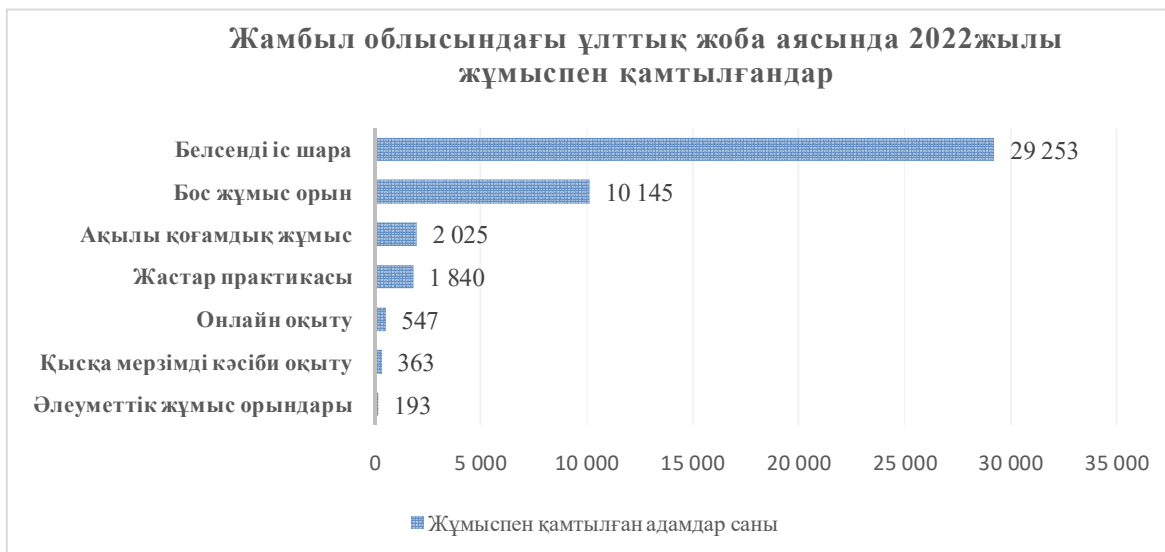
2010 жылдан бастап 2019 жылға дейін 3603 адам бағдарлама қатысушылары болды. Қатысушылар жалпы сомасы 564,4 млн теңгеге көтерме жәрдемақы алды. 1814

маманға жалпы сомасы 5,2 млрд теңгеге несие берілген. Қызметкерлердің басым бөлігі білім беру саласы — 1027, денсаулық сақтау саласы — 347, ауыл шаруашылығы саласы — 119, мәдениет саласын — 51, спорт саласы — 40, әлеуметтік қамсыздандыру саласы — 6 адам осы сияқты салаларда жұмыс атқарады.



Сурет 2 - Жамбыл облысындағы жұмыспен қамту жобалары

Жамбыл облысының тұрғындарын жұмысқа орналастырудың 2022 жылы жылдық жоспары 33 879 адамды құраған, алайда жыл басынан бері 40 615 адам жұмысқа орналастырылған, жоспар бойынша 119,9% орындалған. Тұрақты жұмыс орындарына 23 296 адамды жұмыспен қамту жоспарланған болатын, бірақ 27 955 адам тұрақты жұмысқа орналасқан. Жоспар 120% орындалған. (Сурет 3)



Сурет 3 - Жамбыл облысындағы Ұлттық жоба бойынша жұмыспен қамтылғандардың деректері

Өңірде кәсіпкерлікті дамытудың «Ұлттық жоспары» бойынша биыл 54 000 - ға жуық адамды жұмысқа орналастыруды жоспарлануда Жобаны орындауға 13,7 млрд теңге бағытталады. 2023 жылдың бас кезінен бастап шамамен 5782 адам жұмыс тапқан, бұл жоспардың 10,7% құрайды.

Қорытындылай келе, өңірдегі жұмыспен қамту ел экономикасына халықтың әлеуметтік жағдайына тікелей әсер етеді. Жамбыл облысындағы еңбек нарығын басқару саласы бойынша халықтың жұмыспен қамтылуында тұрақтылық сақталуда. Жамбыл облысында жұмыспен қамту және жұмыссыздық көрсеткіштері бойынша кешенді жұмыстар жүргіліуде.

Бұл жұмыстың мысалына алдыңғы жылдан бастап іске қосылған еліміз бойынша бедел алған кәсіпкерлікті дамытуға негіз болған «Ұлттық жоба». Ұлттық жоба нәтижесінде алдыңғы атқарылған жұмыс берілген жоспардан асып 119,9 пайызды құраған. Жалпы жұмыспен қамту бойынша Жамбыл облысында жасалынып жатқан жобалар орта және шағын бизнесті дамытуға және денсаулық саласына, білім саласына, ауыл шаруашылық саласына, спорт саласына әлеуметтік қамтамсыздандыру салаларына бағытталады.

Жұмыспен қамтуда басқару тиімділігін арттыратын жолдары келесідей:

• Аймақта бар өндірістерді дамыту және әртараптандыру, жаңа өндіріс орындарын құру (көп еңбекті және капиталды қажет ететін, технологиялық);

• Облыстың маманданған саласын кеңейту;

• Ауыл шаруашылығын дамыту кәсіпкерлерге жағдай жасау

• Халықтың өзін-өзі жұмыспен қамтуына жәрдемдесу

• Адамның дамуына жүйелі білім беру

Өнірде жұмыспен қамтудағы басқару қызметін жетілдіру жөніндегі іс шаралар кешеніне мыналарды қосқан жөн:

Біріншіден аймақтағы халықтың экономикалық -әлеуметтік мәселелерін толық анықтау қажет.

Екіншіден бағыттардың барлық түрлері бойынша жұмыссыздарға әлеуметтік көмек көрсетуді қамтамасыз ету.

Қазіргі жағдайда еңбек саласындағы басқарудамемлекет отандық экономиканың даму жағдайларын ескере отырып, еңбек нарығын реттеу рөлін қабылдауы керек. Басқаша айтқанда, қазіргі кезеңде жұмыспен қамтудың нақты мемлекеттік саясаты қажет. Оның болмауы кәсіпорындар мен мекемелердің кадрлық саясатына әкелді, ол жұмыспен қамту мен еңбек нарығында жаңа жағымсыз бағыттарды күшейтеді және тудырады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Иванова И.А., Пуляева В.Н. Лучшие региональные практики содействия трудоустройству населения // Креативная экономика. — 2021. — Том 15. — №4. — С. 1539–1556.

2. Storey J. Human resource management //Encyclopedia of Human Resource Management. – Edward Elgar Publishing, 2023. – С. 182-184.

3. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы, 2023. – URL: <https://stat.gov.kz>

4. [Жамбыл облысында әлеуметтік-экономикалық бағытта барлық салада оң динамика байқалып отыр. Қазақстан Республикасының Премьер Министрінің ресми ақпараттық ресурсы 2022.](https://primeminister.kz/) – URL: <https://primeminister.kz/>

5. Ниязбекова Ш., Тлеубеков К. Проблемы занятости населения республики Казахстан в условиях социальной модернизации //ББК 74.58 С 56. – 2019. – С. 46.

6. [Инвестициялар өсімі, құрылыс қарқынын жеделдету және экономиканы қалпына келтірудің белсенді шаралары — Жамбыл облысы қалай дамып келеді, 2020.](https://www.inform.kz/kz/) - URL: <https://www.inform.kz/kz/>

7. Жұмыспен қамту 2023.- URL: <https://egemen.kz/article/336102-zhumyspen-qamtu-soz-ben-iste-uylesim-bar-ma>

8. [Zhambyl region,2023](https://www.inform.kz/en/over-1-000-to-get-nonrefundable-grants-worth-kzt-1-4-bln-in-zhambyl-rgn_a4041942) - URL: https://www.inform.kz/en/over-1-000-to-get-nonrefundable-grants-worth-kzt-1-4-bln-in-zhambyl-rgn_a4041942

КОРПОРАТИВТІК МӘДЕНИЕТТІҢ ЭЛЕМЕНТІ РЕТІНДЕ БРЕНДТІ БАСҚАРУ

Ермакова А.К.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,

Экономика және бизнес жоғары мектебі,

«Менеджмент» мамандығы, 2-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.

э.ғ.к., профессор м.а.

Кіріспе

Брендингтің эволюциясы барысында әлемдік тәжірибеде корпоративтік мәдениеттің бірнеше тұжырымдамалары фирмалардың стратегиялық дамуының нәтижесі ретінде өзгерді, олардың әр кезеңі компаниялардың жаңа буынының пайда болуы үшін ерекше бағдарларды қалыптастырды. XX ғасырдың басынан бастап жаппай өнеркәсіптік өндірістің дамуымен ерекшеленетін корпоративті мәдениет компанияның брендтерін дамыту мен басқаруды ұйымдастырудағы әртүрлі стратегиялық бағдарларды кезең-кезеңімен көрсетті. Қазіргі заманғы брендтер корпоративті мәдениетке үлкен әсер етеді. Брендтің даралығы бүкіл корпоративті құндылықтар деңгейіне көтеріледі, олардың қалыптасуына барлық ішкі механизмдер бағытталған. Корпоративтік мәдениеттің брендтерді дамытуға бағдарлануы басқару шешімдерін қабылдау процесінде жоғары транзакциялық шығындарға байланысты ірі орталықтандырылған компаниялар үшін ерекше маңызды.

Бұл мақаланың мақсаты қазіргі ұйымның мәдениетін қалыптастыру үшін брендтің маңыздылығына қыңдау, қоғаммен байланысты ұйымдастыру және ұйымның брендін ілгерілету процесстерін басқару арқылы корпоративтік мәдениетті қалыптастыру және дамыту тетігін әзірлеу болып табылады.

Зияткерлік капиталды дамыту, корпоративтік коммуникацияларды тиімді ұйымдастыру және қызметкерлерді ынталандыру корпоративтік мәдениетке үлкен әсер етеді. Сондықтан брендтерді дамытуға бағытталған компаниялар бұған назар аударады. Кез - келген компанияның зияткерлік капиталы бар-қызметкерлердің білімі, тәжірибесі, біліктілігі. Фирманың эмоционалды капиталы корпоративті мәдениеттің негізін құрайды. Корпоративтік бренд пен ұйымның имиджін құрайтын кәсіпорындар мәдениетінің символдық жүйесіне киім стилі, мәртебе белгілері, марапаттар және т.б. егер бұл элементтер ұйыммен немесе оның өнімдерімен тұрақты байланысты болса, онда олар брендті қалыптастыратын белгілердің қасиеттерін алады. Барлық элементтер кәсіпорынның құндылықтарын бейнелеуге арналған. Символдық жүйенің жұмыс істеуі брендтерді қалыптастыру процесінен басталады. Олардан көбінесе болашақ клиенттің ұйыммен танысуы басталады. Ойды тұжырымдау тәсілі де маңызды [2].

Әдебиеттерге шолу

Шетелдік авторлар өз еңбектерінде ұйымдық мәдениеттің құрылымын және оның түрлерін — корпоративті мәдениетті қарастырды.

Д. Аакердің пікірінше, брендті ұйым ретінде қарастырған жөн-брендке тиесілі ұйыммен байланысты қауымдастық позициясынан, тұлға ретінде-брендті бейнелейтін тұлға типімен бірлестік позициясынан, өнім ретінде-брендтік өнімдермен байланысты бірлестіктер позициясынан, сондай-ақ символ ретінде-арнайы символдық бейнесі бар қауымдастық позициясынан.

Д. Аакер брендтің сәйкестігі-бұл брендтік стратег құруға немесе қолдауға ұмтылатын брендтік бірлестіктердің бірегей жиынтығы деп санайды [1].

Сонымен, Л. Чернатони өз жұмысында әр түрлі тәуекелдерді азайту арқылы осы фирманың тауарын сатып алу нәтижесінде тұтынушыға пайда табуды сипаттайтын брендтің сәйкестендіру пирамидасын құрды, нәтижесінде сатып алу туралы шешім қабылдау процесі жеделдейді. Осы пирамиданың жоғарғы жағында брендтің барлық компоненттері (қасиеттері, пайдасы, эмоциялары, құндылықтары) тұтынушыда тұтынушының жеке басының ерекшеліктері, оның өзін-өзі сәйкестендіруі, жеке басы туралы тұрақты түсінік қалыптастыруға арналған [3].

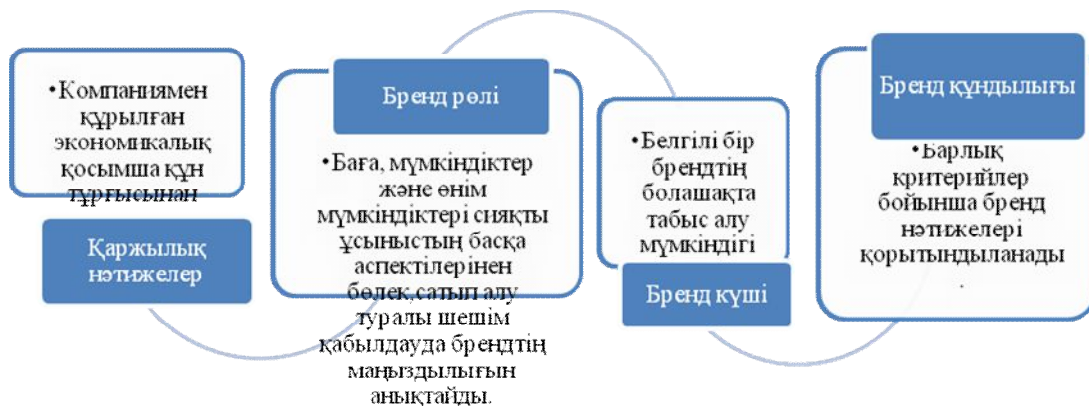


Сурет 1 - Бренд идентификациясының пирамидасы[2].

Кез-келген бренд бойынша жұмыс оны нарықта орналастырудан басталады. Бренд позициясы (Brand Positioning Statement) — бұл бренд бәсекелестерге қатысты мақсатты сегменттің санасында алатын орын. Ол брендтің бәсекелестерінен ерекшеленетін артықшылықтарына назар аударады. Брендті орналастыру (Brand Positioning) — бұл брендтің бәсекелестерге қатысты алатын орны, сонымен қатар сатып алу қажеттіліктері мен қабылдау жиынтығы; бәсекелестерден "қалпына келтіру" үшін белсенді қолданылуы керек брендтің жеке басының бір бөлігі, әр брендті қалыптастыру кезінде оның әзірлеушісі позицияны жақсы анықтауға мүмкіндік беретін төрт сұраққа жауап беруі керек: кім үшін? - бренд құрылатын тұтынушылардың мақсатты тобын анықтау; Неге? - тұтынушының осы брендті сатып алу нәтижесінде алатын пайдасы; қандай мақсат үшін (қандай пайдалану үшін?) дәл осы бренд қажет; қандай бәсекелеске қарсы! Әрі қарай брендтің стратегиясы және брендтің құндылығын құру үшін ұйымның ресурстары пайдаланылатын жолдар анықталады. Стратегия келесі элементтерді анықтайды: мақсатты аудитория кім? Бұл аудиторияға қандай уәде (ұсыныс) беру керек? Бұл ұсыныстың құнды екенін көрсету үшін оған қандай дәлел келтіру керек? Қандай әсер қалдыру керек? Бренд стратегиясы сонымен қатар жоғарыда аталған төрт тармақтың қандай әдістермен орындалуы мүмкін екенін анықтайды-яғни тауардың қалай жасалғаны, аталуы, жіктелуі, оралуы, көрмеге қойылуы және жарнамалануы. Брендтің негізінде осы бренд белгілеген өнімдердің артықшылықтарын уәде ететін негізгі идея жатыр.

Әдіснама

Брендинг жұмысы әр түрдегі авторлық әдістерді қолдана отырып, маркетингтік коммуникацияның барлық түрлерін қолдануды қамтиды. Кез-келген брендті тек қоғаммен байланыс немесе жарнама аясында құру мүмкін емес екенін ескеру керек. Атап айтқанда, жарнама әрқашан жоғары технологиялық брендтерді жылжытудың ең тиімді әдісі бола бермейді. Бүгінгі таңда ең танымал жоғары технологиялық брендтер-Intel, Hewlett-Packard, Sun, Cisco, Novell және Microsoft — жарнаманың арқасында емес, ұзақ уақыт бойы өздерінің көшбасшылығын сенімді түрде көрсету арқылы болды. Бұл жаңа іс әр түрлі мамандардың келісілген әрекеттерін талап етеді. Жұмыстың негізі PR, жарнама, сатуды жылжыту, тікелей хаттар, көрмелер, өнімді орналастыру және т. б. бойынша жеке тұжырымдамаларды қамтитын жалпы интеграцияланған маркетингтік тұжырымдама болып табылады [10].



Сурет 2 - Брендтердің құнын есептеу әдістемесі [13].

Жалпы маркетингтік тұжырымдама нарықты зерттеуді, әлеуетті мақсатты аудиторияны бағалауды талап етеді, бұл сұранысты пассивті ұстану емес, халықтың үлкен топтарын қамту арқылы белсенді қалыптастыру. PR тұжырымдамасы фирманың басшыларымен және PR қызметімен міндетті түрде тығыз қарым-қатынаста жасалады. Қоғамның және брендтің негізгі топтарының көз алдында компанияның болжамды бейнесі бірлесіп анықталады. Барлық PR өнімдері (мәтіндік, визуалды, электронды) PR тұжырымдамасына сәйкес келуі керек. Компания имиджін дамыту және ілгерілету бағдарламасы аралық нәтижелермен кезеңдерді (алты ай, бір жыл) қарастырады. PR тұжырымдамасы тұтастай алғанда компанияның имиджіне қатысты және бұл жағдайда компанияның атауы брендке айналады. Тауарлардың жекелеген топтарына келетін болсақ, әрқайсысы үшін жарнаманың жеке бағдарламасы және маркетингтік коммуникацияның басқа әдістері жасалады. Барлық әдістер жалпы бағдарламада белгілі бір ретпен немесе бір уақытта (параллель) қолданылады. Жалпы және жеке бағдарламаларды анықтайтын толық маркетингтік тұжырымдама болған жағдайда ғана, оны дайындау бренд құру бағдарламаларының бірінші кезеңі болып табылады, брендті алға жылжытудың негізгі функциясынан басқа, қоғаммен ұзақ мерзімді және достық қарым — қатынасты қамтамасыз етуге және ұйымның мәдениетін қалыптастыруға бағытталған брендингті сәтті дамытуға болады [8].

Нәтижелер және талқылау

Брендті құру кезінде мамандар әрдайым өнімнің орналасуын және осы брендке арналған стратегияны есте сақтауды ұсынады. Coca-Cola, McDonald s, Sony брендтері бүкіл әлем бойынша жүздеген миллион адамдарға белгілі. Оларды сарапшы маркетингтер да жоғары бағалайды. Бұл корпорациялар өздерінің корпоративті сауда маркасын (брендін) ілгерілетуге және имидждік жарнамалық науқандарды өткізуге жыл сайын жүздеген миллион доллар жұмсайды. Бұл брендтер бүкіл әлемде оңай танылады, олар сатып алынған жеріне қарамастан өнімнің үнемі жоғары сапасына кепілдік береді, клиенттерге деген сенімділікті оятады және акционерлерге сенімділік береді [11].



Сурет 3 - Бренд даралығының атрибуттары

Жүйелік брендинг-брендті құру, тарату, нығайту, сақтау және дамыту. Отандық маркетингтер мен бренд менеджерлерінің проблемасы-олар әрдайым креативті (жарнама мен қоғаммен байланысты шығармашылық түсіну) дамыта бермейді. Брендинг экономика, әлеуметтану, психология, дизайн және т. б. салаларында жан-жақты мамандарды тарта отырып, ақпараттық технологиялардың кең кешенін қолдану негізінде әзірленуі тиіс. Батыста күшті брендті (брендинг) құру кем дегенде екі жылға созылады және 5 миллион АҚШ долларынан және одан жоғары шығындарды талап етеді.



Сурет 4 - Тұтынушыларға жеке брендтің әсер ету статистикасы[4].

Соңғы жылдары орын алған ең қымбат (нарықтық құны бойынша) брендтер тізімін қайта құрылымдау портфельді стратегиялық жоспарлау рөлінің артқанын көрсетеді. Көптеген ірі компаниялардың маңызды бағыттарының біріне айналған брендтерді құру

брендинг стратегиясына жаңа, жоғары талаптар қояды. Бренд архитектурасын әзірлеу осындай стратегияның маңызды компоненттерінің бірі болып табылады.

Бренд-менеджмент (ағылш. — brand management) - сатып алушының санасында брендтің бейнесін жасау және жылжыту бойынша маркетинг құралы. Әдетте, бұл процесс екі кезеңге бөлінеді: тану және тұтыну. Брендті басқару-бұл имидж құруға және сауда белгісін танымал етуге арналған маркетинг бөлімі. Брендті басқару-бұл маркетинг, жарнама және т.б. мүмкіндіктерін біріктіру, брендті қалыптастыру процесін басқару. Күшті брендке ие болу-бұл фирма тарихының, оның құрылтайшылары мен басшыларының тағдырының, өздерін қалай атаса да, шебер талантты бренд-мейкерлердің маңызды нәтижесі. Фирманың кез-келген атауы бренд ретінде бола бермейді [13].

Қорытынды

Қазіргі уақытта брендинг тауарларды нарыққа шығарудың жалпы қабылданған құралына айналды. "Брендинг" терминінің аудармасының барлық дерлік нұсқалары ("сатып алушыда белгілі бір брендке тартымдылықты қалыптастыру", "бәсекелестер арасында брендке сатып алу артықшылығын қамтамасыз ету") оның мәнін дәл көрсетпейді. Бренддинг — бұл бренд құру және басқару процесі. Ол брендтің даму сатысын құруды, нығайтуды, қайта орналастыруды, жаңартуды және өзгертуді, оны кеңейтуді және тереңдетуді қамтуы мүмкін. Бренддинг жалпы имиджге және нарықтың мақсатты сегментінің брендке қатынасына ықпал ететін ерекше әсер ету әдістерін қолданады.

Ұйым өз функцияларының өзектілігін растау үшін үнемі сыртқы мақсаттарға қол жеткізуді қажет етеді. Сондықтан мақсаттардың өзі ерекше құндылықтар шеңберін құрайды. Сыртқы мақсаттарды белгілі бір нақты тапсырыс берушілер — осы ұйымның өніміне мұқтаж басқа ұйымдар қалыптастырады. Өндірістік ұйым үшін оның қызметінің нәтижесі қандай шығындарға қол жеткізілетіні, басқарудың экономикалық тиімділігі, белгілі бір өнімді өндіру тиімсіз бе, әлде пайда әкелетіні де маңызды. Максималды экономикалық тиімділік, пайда табу тауар өндірісі жағдайында маңызды ұйымдастырушылық құндылық болып табылады [6].

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Д. Аакер. Создание сильных брендов. — М.: Издательский Дом Гребенникова, 2007. — 440 с.
2. Р. Шоу, Д. Меррик. Прибыльный маркетинг: Окупается ли ваш маркетинг? / Пер. с англ. И. Коберник. — К.: Companion Group, 2007. — 496 с.
3. De Chernatony L. (2001). A model for strategically building brands. Brand Management, Vol. 9, No. 1, pp. 32–44.
4. <https://infomake.kz/blog/tpost/ip17y2bgl6-zheke-brend-biznest-damuina-alai-kmektes>
5. <http://www.glossostav.ru/word/183/>
6. Чернышева А.М. Бренддинг: учебник для бакалавров. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 504с.
7. Старое С.А. Управление брендами. — СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2010. — 624с.
8. Годин А.М. Бренддинг: учебное пособие. — М.: Дашков и К, 2013. — 183 с.
9. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента. — М.: Юнити, 2011. — 175 с. Визгалова В.В.
10. Лейни Т.А., Семенова Е.А., Шилина С.А. Бренд-менеджмент: учебное пособие / Т.А. Лейни, Е.А.Семенова, С.А.Шилина. — М.: Дашков и Ко, 2008. — 134 с.
11. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Т. Бренды и имиджи. — М.: «РИП-холдинг», — 256 с.
12. Шведина Е.Б. Товарный знак и бренд: семантика понятий и её значение в управлении брендом// Экономические науки. — 2011 г. №10 (83). — С. 118-123
13. <https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder21060/12-13>

КАЙДЗЕН ЖӘНЕ ҮНЕМДІ ӨНДІРІС ТҰЖЫРЫМДАМАЛАРЫНЫҢ НЕГІЗІ

Наукебай Ә.Н.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,

ЭжБЖМ,

менеджмент мамандығы, 1 курс магистранты

Аңдатпа

Қазіргі уақытта "үнемді өндіріс" философиясы өте өзекті. Менеджменттің үлкен бөлігі болып табылатын "үнемді технологиялар" бүгінде көптеген компаниялар үшін басты орын алады. Өйткені "үнемді технологияның" көмегімен компанияны басқару оңайырақ және өндіріс көлемін арттырудың көптеген артықшылықтары бар. Жаһандық деңгейде "үнемді өндіріс" кең таралған, бірақ Қазақстанда бұл философия толық игерілмеген. Қазақстанның шағын және орта қалаларында оларға еңбекті ұйымдастырудың инновациялық тәсілдері қажет. Қазір шағын қалалардағы кәсіпорындарда мұны қалай жасау керектігі туралы нақты түсінік жоқ. Егер олар шет елдердің тұжырымдамаларын енгізуге тырысса да, көбінесе оларда Қазақстанның өнеркәсіптік кәсіпорындарында инновациялық тұжырымдамаларды неғұрлым тиімді енгізуге көмектесетін нақты іс-қимыл әдіснамасы болмайды. Біз мұны маңызды мәселе деп санаймыз, өйткені өнеркәсіп ел экономикасының маңызды бөлігі болып қала береді. Ал үнемді өндіріс арқылы біз жұмыс процесі мен өндіріс көлемін жақсартып аламыз. Бизнесегі "Кайдзен" - бұл өндірістен бастап жоғары басшылыққа дейін, директордан бастап қарапайым қызметкерге дейін үздіксіз жетілдіру. Стандартталған әрекеттер мен процестерді жетілдіре отырып, Кайдзеннің мақсаты - шығынсыз өндіріс. Үнемді өндіріс-кез келген шығынмен күресуге негізделген өндірістік кәсіпорынды басқару тұжырымдамасы.

Кілт сөздер: Кайдзен, lean production, lean manufacturing, TPS, Poke-yoke

"Lean production" - үнемді өндірістің негізі-кайдзен. Кайдзен-өмірлік процестерді үздіксіз жетілдіруге бағытталған жапон философиясы. Сөздің өзі - "кай"(өзгеріс) және "дзен" (даналық) деген мағынаны береді. Кайдзен тұжырымдамасы біздің бүкіл өмірлік мәніміз, жалпы алғанда, еңбек және әлеуметтік және жеке өмірімізде үнемі жетілдіруге бағытталуы керек деп болжайды [1].

"Кайдзен" термині Масааки Имайдың "Kaizen: the key to Japan 's Competitive Success" кітабының арқасында менеджмент тұжырымдамасы ретінде кеңінен танымал болды. Бұл философияның ең танымал практикалық қосымшасы жапондық Toyota Motor Corporation корпорациясына арналған. 1993 жылы "кайзен тұжырымдамасы" термині анықтамалық басылымға еніп, кайдзен тұжырымдамасы жұмыс әдістерін, сондай - ақ жеке тиімділікті немесе бизнес философиясын үздіксіз жетілдіруден басқа ештеңе емес екендігі анықталды. Кайдзен-жапон корпорацияларындағы ойлау стилі. Барлық компаниялар оны өз қызметкерлерінде дамытуға тырысады. Бұл өзін-өзі дамытуға және жеке адамды да, адам жұмыс істейтін компанияның бір бөлігін де жетілдіруге апаратын жол. Маасакидің пікірінше, Имай кайдзен-бұл өмірдің барлық спектрлерін жетілдірудің үздіксіз процесі, ол нақты формаларға, әдістерге, технологияларға еніп, адамзатқа бет бұрды. Кайдзен тұжырымдамасы "Күншығыс елінде" дүниеге келгенімен, ол бүкіл әлемде кеңінен дамыды және өндірісте де, қызмет көрсетуде де, әртүрлі қоғамдық ұйымдарда да тиімді екенін дәлелдеді [2].

1950 жылдары Toyota-да өндіріс жүйесін құрған Тайити Оно "үнемді өндіріс" тұжырымдамасының негізін қалаушы болып саналады (ағылш. lean production, lean manufacturing - "үнемді өндіріс") - өндірістік кәсіпорынды басқару тұжырымдамасы, шығындардың барлық түрлерін жоюға үнемі ұмтылуға негізделген [3].

Тойота компаниясында әзірленген арық өндіріс принциптері, әдістері мен құралдары әмбебап және кез келген қызмет түріне қолданылады: өнеркәсіптік кәсіпорында, кеңседе, қызмет көрсету саласында, денсаулық сақтауда, мемлекеттік және муниципалды басқаруда, білім беруде және т. б. Алдымен үнемді өндіріс тұжырымдамасы автомобиль және процесс өндірісінде қолданылды. Кейінірек "үнемді өндіріс" идеялары саудада, қызмет көрсету саласында, коммуналдық шаруашылықта, денсаулық сақтауда, білім беру жүйесінде, қарулы

күштерде, мемлекеттік басқару секторында және басқа да көптеген қызметтерде қолданыла бастады.

"Lean рухы пайда болған адамдар", – дейді Боинг өндірісінің вице-президенті Росс Бог, "әлемге баланың көзімен және студенттің көзімен қарайды". Өндірістегі командалық рух көтеріледі. Компания ішіндегі өзара әрекеттесу жүйесі өзгеруде. Цехтар арасындағы бәсекелестік жойылып, ынтымақтастық принциптерімен ауыстырылады. Осылайша, басшылықтың пікірінше, даму және жетілдіру идеяларының үздіксіз ағымын сақтауға болады. [4]

Үнемді өндіріс-бұл адамдарға және уақытқа деген үнемді көзқарас, ұйымның клиенттері мен қызметкерлеріне ұқыпты қарау, олардың физикалық және эмоционалдық денсаулығына қамқорлық жасау, күштерін үнемдеу. Уақытты үнемдеу, жұмыс процестеріндегі уақытты жоғалтуды азайту, операциялардағы қажетсіз әрекеттерді жою, өндірістік тізбектерді оңтайландыру, ойластырылған логистика. Осы мақсатта жұмыс процестерін үнемі жетілдіруге және жақсартуға, шығындарды оңтайландыру және жою жолдарын үздіксіз іздеуге бағытталған іс-шаралар жүргізілуде.

Тарихқа тереңірек үңілсек, 1900 жылдардың басында жұмыс операцияларын зерттеуге және осы зерттеулерден Өндірісті тиімді басқару туралы тұжырымдарға бағытталған бірнеше еңбектерді жариялаған американдық ғалым Фредерик Тейлорды еске түсіру керек. Оның күнделікті, ауыр физикалық еңбекті ұйымдастыруға ғылыми көзқарастағы тәжірибелері үлкен қызығушылық тудырды және уақытты бақылауды қолдана отырып, еңбек әдістерін мұқият зерделеу және жобалау, жұмыс орындарын ұйымдастыруды жақсарту, еңбек пен демалыстың негізделген режимдерін құру және басқа шаралар арқылы еңбек процестерін ғылыми рационализациялау жолдарын іздеуді бастады. Тейлордың идеяларын Генри Форд сәтті қолданды, ол алғаш рет өнеркәсіптік конвейерді автомобильдер өндірісі үшін қолдана бастады және автомобиль дәуірінің басында ең арзан автомобильдер шығарды. Оның ұраны белгілі - "Барлығына арналған көлік".

Айта кету керек, Т.Фабрицио, М. Коленсо, П. Джеффри, Т. Коно, в. Левинсон, Деннис Хоббс, к. Лайкер, и. Каору, Д. Рассел, сондай-ақ Д. Тапинг сияқты танымал авторлар кайдзен тұжырымдамасы негізінде өндірістік процестер өндірісінде ұйымды жетілдіру мәселелерімен айналысқан. 1-кесте "кайдзен тұжырымдамасы" жүйесіне енгізілген өндірістік процесті басқару және ұйымдастыру жүйесінің негізгі ережелері мен принциптерінің эволюциясын талдау негізінде құрастырылған.

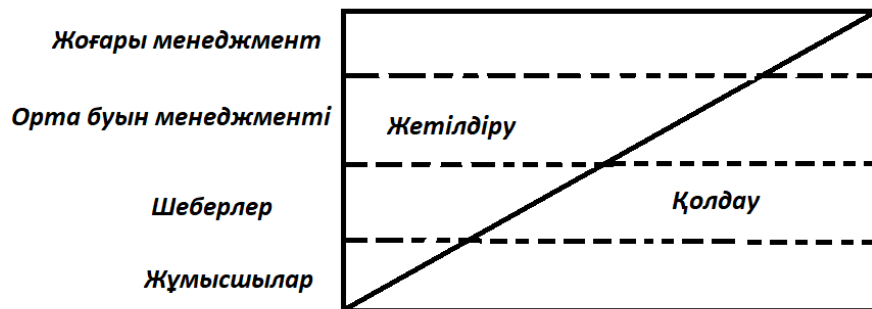
Кесте 1

Кайдзен тұжырымдамасының қазіргі мазмұнын құрайтын іргелі ережелер мен принциптердің қалыптасуының тарихи мәліметтері

Автор	Жыл	Ел	Негізгі ережелер мен принциптер
Фредерик Тейлор	1911	США	Ғылыми менеджмент тұжырымдамасы: 1. Өндірістің ғылыми негіздерін әзірлеу (хронометраж, қолдан жасалған бұйымдарды рационализациялау, стандартталған құралдар). 2. Жұмысшыларды іріктеудің ғылыми тәсілі. 3. Еңбекшілерді ғылыми оқыту, нұсқаулықтарды енгізу. [5].
Генри Форд	1914-1920	США	Жұмысшылардың өмір сүру жағдайларын жақсартуға, сондай-ақ айналымды азайтуға бағытталған әл-ауқат пен капитализм идеялары. Негізгі еңбектер: 1. Ұйымдастыру белгілі бір қасиеттері бар станоктардың айналасында емес, станоктар өндіріс үшін қажетті тәртіппен орналастырылған. 2. Еңбек бөлінісі. [6].
Сакиди Тойода	1986-1926	Япония	Тойотаның өндірістік жүйесіне кіретін джидока принципін тұжырымдады. "Бес неге?" ережесін тұжырымдады [7].

АлексейГастев	1921	СССР	"Қалай жұмыс істеу керек" еңбектегі негізгі позицияны адам ойнайды; [8].
Уолтер Э.Шухарт.	1924	США	Сапаны басқарудың статистикалық құралдары [9].
Оно Тайити	1950	Япония	Тойота өндірістік жүйесін (TPS) құру. Өндіріс процестеріндегі шығындардың 7 түрін жіктеу [3].
СигеоСинга	1950	Япония	"Роке-yоке" өндірісіндегі визуалды басқару құралын жасаушы [10]
ЭдвардДеминг	1950	США	Демингтің 14 қағидасы. PDCA әдісіне негізделген адамдарды басқару мен өндірістік операцияларға ғылыми ұтымды көзқарас. [11]
Ескерту: [2,3,5,6,7,8,9,10,11] әдебиет негізінде автормен құрастырылған			

М. Имай өз еңбектерінде кайдзенді басқарудың 2 негізгі элементі бар екенін түсіндіреді: қолдау және жетілдіру. Қолдау деп ағымдағы, технологиялық, басқарушылық және ұйымдастырушылық стандарттарды сақтау үшін талап етілетін процестер түсініледі; жетілдіру деп қазіргі уақытта қолданылып жүрген стандарттарды жетілдіруге бағытталған процестер түсініледі. Жапондықтардың жұмыс функцияларын бөлу туралы түсінігі 1-суретте келтірілген.



Сурет 1 - Жапондық жұмыс функцияларын бөлу туралы түсінік [2]

Менеджмент және сапа менеджменті теориясының дамуына Эдвардс Деминг маңызды үлес қосты, ол өзінің сапа менеджменті жүйесін құрды және жапондық "экономикалық ғажайыпты" жасаушылардың бірі болып саналады. Деминг өзінің көзқарасын "дағдарыстан шығу: адамдарды, жүйелерді және процестерді басқарудың жаңа парадигмасы" кітабында баяндады. Оның пікірінше, сапа менеджменті мыналарға негізделген: қызметкерлерді тарту, бұл ұйымға олардың қабілеттерін тиімді пайдалануға мүмкіндік береді; сапа жүйесіне бизнес-процестер жүйесі ретінде көзқарас; басқаруға жүйелі көзқарас; үнемі жетілдіру.

Тайити Ононың зерттеуі нәтижесінде "Тойота" компаниясының (Toyota Production System (TPS) өндірісін ұйымдастыру жүйесі пайда болды, ол компанияда "ойлайтын адамдар жүйесі" (Thinking People System) дегенді де шеше бастады. Көп жылдық еңбек нәтижесінде ол алған барлық тәжірибені шоғырландырды, оны 14 қағидатқа бөлді, шығындарды анықтау және жою құралдарын нақты анықтады, шығындардың 7 негізгі түрін анықтай отырып, шығындарды жіктеді:

- ✓ Күту
- ✓ шамадан тыс өңдеу
- ✓ шамадан тыс тасымалдау
- ✓ артық орын ауыстыру
- ✓ ақаулар (жөндеу, қайта өңдеу)
- ✓ артық қорлар
- ✓ артық өндіріс.

Үнемді өндірістің бастапқы нүктесі-тұтынушы үшін құндылық. Түпкілікті тұтынушының көзқарасы бойынша, өнім (қызмет) осы элементтерді тікелей өңдеу, жасау кезінде ғана нақты мәнге ие болады.

Үнемшілдіктің негізгі міндеті ретінде өндіріс шығындарды үздіксіз жою процесін құру, яғни ресурстарды тұтынатын, бірақ тұтынушы үшін құндылық тудырмайтын кез-келген әрекетті жою.

Үнемді өндірістің жүрегі-жапон тілінде "муда"деп аталатын шығындарды жою процесі. Муда-шығын, қалдықтар, яғни ресурстарды тұтынатын, бірақ құндылық тудырмайтын кез келген әрекет дегенді білдіретін жапон сөздерінің бірі. Мысалы, тұтынушыға дайын өнімнің немесе оның бөлшектерінің қоймада болуы қажет емес.

Дегенмен, дәстүрлі басқару жүйесінде қойма шығындары, сондай-ақ қайта құруға байланысты барлық шығындар және басқа да жанама шығындар тұтынушыға аударылады. Үнемді өндіріс тұжырымдамасына сәйкес кәсіпорынның барлық қызметін келесідей жіктеуге болады: тұтынушыға құндылық қосатын операциялар мен процесстер, ал тұтынушыға құндылық қоспайтын операциялар мен процесстер.

Демек, тұтынушыға құндылық қоспайтын кез-келген нәрсе, үнемді өндіріс тұрғысынан, шығындар ретінде жіктеледі және оны жою керек. Айта кету керек, шығындар астында Т.Оно бастапқыда кез-келген өнімді өндіруде тұтынушылар үшін құндылық қоспайтын ресурстарды пайдалану мен тұтынуды минимумға дейін азайту керек және мұндай шығындардың алдын-алу мезгіл-мезгіл жүргізілуі керек [3]. Кез-келген ұйымның өндірістік жүйесінде шығындардың келесі түрлері бар:

- Үнемді өндіріс: тұтынушылар талап еткеннен көп көлемде өндірілетін өнімдер;
- Қорлардың артықтығы: әр түрлі қосымша қорларды қажетті көлемнен едәуір асатын мөлшерде ұстау және сақтау;
- Тасымалдау: өнімдер мен материалдардың шамадан тыс қозғалысы;
- Қосымша қозғалыстар: мысалы, материалдар мен дайындамаларды таңдау кезінде, сондай-ақ қажетті бөлшектер мен құралдарды немесе мәліметтер мен құжаттарды іздеу кезінде шығындар;
- Кідірістер: үлкен кезектер, өндірістік цикл кезеңдері арасындағы өндірістің тоқтап қалуы немесе қызмет көрсету кезінде;
- Материалдарды шамадан тыс өңдеу: сәйкес келмейтін жабдықтар мен құралдар арқылы немесе сәйкес емес жоспарлаудан, сондай-ақ жобалаудан туындайтын дайындамалардың сапасыз дизайны кезінде жүзеге асырылатын процесстер;
- Ақаулар: жетілдіру, сондай-ақ сәйкес келмейтін өнімді қабылдамау / сапасыз қызмет көрсету [3].

Үнемді өндіріс технологиялары бүкіл әлемде кеңінен қолданыла бастады. Мәселен, зерттеулерге сәйкес, қазіргі уақытта АҚШ - та өнеркәсіптік кәсіпорындардың 70% – дан астамы, Үндістанда-30% - дан астамы, Еуропада-өнеркәсіптік кәсіпорындардың 70% - ға жуығы және қызмет көрсету ұйымдарының 50% - дан астамы үнемді өндірісті қолданады. Үнемді өндіріс әрбір қызметкердің бизнесін оңтайландыру процессіне тартуды және тұтынушыға барынша бағдарлануды көздейді. Үнемді өндірістің негізгі мақсаттары:

- шығындарды, оның ішінде еңбек шығындарын азайту;
- өнімді жасау мерзімін қысқарту;
- өндірістік және қойма алаңдарын қысқарту;
- Тапсырыс берушіге өнімді жеткізу кепілдігі;
- белгілі бір құнмен максималды сапа немесе белгілі бір сапамен минималды құн.

Кайдзен тұжырымдамасы өзінің мәні бойынша дәстүрлі тәсілмен, бизнес-процесстермен салыстырғанда көптеген факторлар бойынша ойлау мәдениетімен айтарлықтай ерекшеленеді (2-кестені қараңыз).

Кайдзеннің дәстүрлі тәсілден айырмашылығы [12]

Сипаттамалары	Дәстүрлі тәсіл	Кайдзен
Компанияның мақсаты	Бәсекелесті жеңу	Тұтынушыларды жеңу
Басымдықбасқару	Нәтижегебағдарлау	Процесс пен нәтижеге назар аудару
Нарық	Кәсіпорын өндіре алатын барлық нәрсені шығарады	Кәсіпорын тұтынушыға не қажет екенін шығарады
Менеджмент мәдениеті	Проблемалар олар пайда болғаннан кейін шешіледі (өртті сөндіру)	Мәселе туындағанға дейін оның пайда болуын болдырмау үшін шаралар қолданылады
Мәселелердегенкөзқарас	Мәселе туындаған кезде «кім кінәлі?»	Мәселе туындаған кезде«мәселеге не себеп болды?»
Өзгерістердегенкөзқарас	Өзгерістер мүмкіндігінше сирек болуы керек, өйткені олар ыңғайсыздықты тудырады	Өзгерістер үнемі болуы керек
Өндірісті қалаң (Гемба)	Мәселелердің көзі	Үздіксіз жақсартулардың көзі
Өндіріс және сату	Қарама-қайшытараптар	Бір-бірімен тығыз байланысты
Көшбасшылардың рөлі	Бастық	Жаттықтырушы
Қызметкерлерге деген көзқарас	Қызметкерлер шығындардың бірі ретінде қарастырылады	Қызметкерлер негізгі активтер ретінде қарастырылады
Мәселелерді шешу	Мәселелерді шешу үшін іздеу келіссөздер бөлмесінде жүзеге асырылады	Проблемалардың шешімін іздеуГембада жүзеге асырылады
Менеджментті дамыту	Басшылар тар мамандандыруға назар аударады	Басшылар көптеген дағдыларға ие

Кайдзеннің философиясы әмбебап, оны жеке байланыстың жұмысында да, үлкен ұйымның бүкіл жүйесін жетілдіру үшін де қолдану өте қарапайым, бұл оның басты артықшылығы. Идеологияның негізі кайдзен компанияның барлық аспектілерін, барлық бөлімдер мен бөлімшелерді, қарапайым қызметкерлерден бастап топ–менеджерлерге дейінгі барлық қызметкерлерді жақсартатын дәйекті, үздіксіз процесс.Кайдзен философиясы-бұл көп шығынды қажет етпейтін және көптеген құралдарды қажет етпейтін процесс, тек тұжырымдамаға енгізілген идеяларды жүзеге асыруға бағытталған нақты жоспарды ұстану керек. Кайдзенді жетілдіре отырып, компания осалдықтарды тауып, оларды бірте-бірте жоюмен айналыса отырып, мүлдем жаңа деңгейге шығады [12].

Қорытындылай келе, кайдзенді енгізу-бұл ұзақ мерзімді жоба екеніне көз жеткіздік. Ол тұрақты және күнделікті. Бәсекелестерден бір қадам алға жылжу үшін жақсартулар күнделікті жасалуы керек. Келесі тоқсанда бірден пайда табу мүмкін болмайды. Бірақ жақсартудың ұзақ кезеңінде еңбек өнімділігі 50-100% немесе одан да көп өседі. Бұл жағдайда компания әрқашан бәсекелестерінен бір қадам алда болады және көшбасшылық позицияны алуға кепілдік береді. Ең жақсы мысал-Toyota (70 жылдан астам уақыт бойы компания осы тұжырымдамада өмір сүріп келеді).Әрбір жеке жақсарту аз болуы мүмкін, бірақ жалпы алғанда, қадамдық жақсартулар айтарлықтай стратегиялық жетістіктерге әкеледі. Компанияларда көбінесе қызметкерлер күн сайын өз жұмыстарын орындауға мәжбүр болады, олардың жұмыс процесіне түзетулер енгізу мүмкіндігі жоқ, бұл сапа мен тиімділікті арттыра алады. Кайдзен философиясы бар компанияларда бұл мәселе қарастырылады және өз жұмысын жақсарту мүмкіндігін көрген әрбір қызметкер осы өзгерістерді жасай алады.

Кайдзен және үнемі технология саясаты біртіндеп прогрессивті өзгерістерге негізделген, олар бекітілген және кезең-кезеңімен өзгеру процесі жалғасуда, сондықтан кайдзен саясаты кәсіпорындардың жетістігін ұзақ уақыт сақтай алады. Сапа идеясы кішігірім

жетілдірулер мен оларды дереу бекіту арқылы жүзеге асырылады. Мұндай саясат кәсіпорындардың стратегиялық артықшылығын және бәсекелестік жағдайында аман қалу мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Табысты ұйым кішігірім жақсартуларға қол жеткізе білуі керек және сонымен бірге тұтынушылардың сенімділігін, өнімділігін және қанағаттануын қамтамасыз ететін кешенді, функционалды тәсілді қамтамасыз етуі керек. Кайдзенді енгізу нәтижесі кәсіпорындардағы өзгерістер мәдениеті болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Джордж. М. арық өндіріс + 6 Сигма. М.: Альпі бизнесі. 2015.
2. Масааки Имай. Кайдзен. Жапондық компаниялардың табысының кілті. Баспагер: Альпина Баспагері, 2015.
3. Тайити Оно Toyota өндірістік жүйесі. Жаппай өндірістен кету/ ағылшын тілінен аудару.-М.: кешенді стратегиялық зерттеулер институты 2015 ж
4. Вумек.Д., Джонс.Д. «Бережливое обеспечение» как построить эффективные и взаимовыгодные отношения. Между поставщиками и потребителями. М.: Альпина букс. 2006.
5. Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури Основы менеджмента. Издательский дом «Вильямс», 2015. 878 с.
6. Генри Форд Бизнес. Сегодня и завтра. С современными комментариями Издатель: АСТ, 2014
7. СакидиТойода Правило «5 почему» от основателя компании Toyota/<https://www.radiovan.fm/station/article/12840>
8. Гастев А.К. Как надо работать. Практическое введение в науку организации труда. – М.: URSS, 2011. – 477 с.
9. Дональд Уилер (DonaldJ.Wheeler), Дэвид Чамберс (David S. Chambers) Статистическое управление процессами Оптимизация бизнеса с использованием контрольных карт Шухарта/ Издательство Альпина Паблишер, 2020
10. М. Коленсо. Стратегия кайдзен для успешных организационных перемен. М.: Инфра – М 2012
11. СигеоСинго: Изучение производственной системы Тойоты с точки зрения организации производства/ Издательство: Институт компл. стратег. исследований., 2010 г.
12. Лайкер Д., Майер Д. Талантливые сотрудники: Воспитание и обучение людей в духе дао Toyota / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс.–2008. –294 с

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛДЫҚ МИГРАЦИЯ ПРОЦЕСТЕРІН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ

Қасымов Ж. Б.

Әл- Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті,
Экономика және бизнес жоғары мектебі,
Мемлекеттік және жергілікті басқару, 4-курс студенті

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.
э.ғ.к., профессор м.а.

Аннотация

Бұл мақалада Қазақстан Республикасындағы интеллектуалдық миграция процестерін жаһандық сын-қатерлерді ескере отырып, мемлекеттік реттеу қарастырылады. Елдің көші-қон саясатындағы ағымдағы үрдістерге баға беріледі, сондай-ақ халықтың зияткерлік көші-қоны зерттелді. Стратегиялық және бағдарламалық құжаттарды, нормативтік құқықтық актілерді, сараптамалық сұхбат нәтижелерін талдау негізінде елдің зияткерлік әлеуетін дамытуды ескере отырып, көші-қон саясатын жаңғырту бойынша ұсынымдар әзірленді.

Тірек сөздер: Интеллектуалды көші-қон, эмиграция, мемлекеттік реттеу, көші-қон саясаты.

Кіріспе

Интеллектуалды көші-қон -бұл елдегі білікті кадрлардың жақсы болашақты іздеп елден кететін процесс. Алғаш рет «brain drain термині» Ұлыбританиядан АҚШ-қа мамандардың жаппай кетуін сипаттауда қолданылды.Бүгінгі таңда бұл елдегі ең өзекті мәселелердің бірі болып табылады, өйткені адами капиталдың жоғалуы мемлекеттің дамуына тікелей әсер етеді, ал сауатты және білікті кадрлар өз кезегінде білім беру және туризм сияқты Қазақстанның дамуының артта қалған салаларына оң өзгерістер енгізуге қабілетті.Қазіргі заманның ерекшелігі-халықаралық жобалар санының өсуі (уақытша және тұрақты), әсіресе Канада мен ЕО мемлекеттерінде. Тиісінше, жіктеу пайда болады: Халықаралық ынтымақтастық жобаларымен байланысты көші-қон (әдетте циклдік) және олармен байланысты емес көші-қон. Қазақстан жағдайында көші-қон біздің мемлекетіміз ғылыми салада ерекше белсенді жұмыс істейтін елдерге әсер етеді (мысалы,Германия).

Зерттеушілер көбінесе интеллектуалды көші-қон процестерін әлемдік еңбек нарығындағы процестермен байланыстырады. Кеңістіктік тұрғыдан бұл, ең алдымен, батыс елдерін білдіреді. Мұнда келесі тенденцияларды бөліп көрсетуге болады.

1. Біріншіден, жоғары білікті Батыс нарығында зияткерлік еңбек, ең алдымен, айтарлықтай нәтижелерге қол жеткізген элиталық ғалымдарға немесе болашағы зор талантты жастарға сұраныс туғызады.

2. Екіншіден, әлемдік нарықта қазіргі заманғы ғылым мен технологияның (физика, математика, есептеу техникасы, ғарыштық зерттеулер) дамуының негізгі тенденцияларын анықтайтын пәндердің мамандары үлкен сұранысқа ие.

Батыспен бір мезгілде дамушы елдерде әлемдік зияткерлік еңбек нарығының сегменті де бар. Соңғылары ғылыми кадрларға тек жоғары ғана емес, сонымен қатар орта білікті мамандарға да сұраныс туғызады, әсіресе "қосарланған" технологиялар саласындағы мамандар туралы сөз болғанда.Осы негізде мынадай жіктеу пайда болады: "қосарланған" технологиялар саласындағы мамандар — басқа мамандар.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Соңғы жылдардағы көші-қон ағындарының серпіні жоғары білімі бар эмигранттар санының өсуін және елге жоғары білімі бар көшіп келушілердің қарама-қарсы легінің қысқаруын көрсетеді: 10 жыл ішінде елге келген жоғары білімі бар адамдар саны екі еседен астамға қысқарып, 2020 жылы 1,9 мың адамды құрады.Бұл эмиграция негізінен білімді жастар мен білікті мамандарды қамтитынын көрсетеді, бұның өзі Қазақстан Республикасының адами капиталының сапасына әсер етеді. Жас топтары бойынша 2019 жылы елден тысқары жерлерге кететіндер қатарындағы 0-ден 15 жасқа дейінгі адамдардың үлесі 25,8 % құрайды, бұл деректер келушілер санында 13,8 % құраса, 2020 жылы ол тиісінше 25,6 % және 15,7 % құрады, бұл ата-аналармен бірге кететін балалар мен жастардың жоғары үлесін көрсетеді.

Шетелдік оқу орындарында оқу қазақстандықтардың эмиграциясының алдын ала кезеңі болып табылады. Қазақстан Республикасы білім беру бойынша көрсетілетін қызметтерінің жаһандық нарығының белсенді қатысушысы болып табылады.Көптеген зерттеулер, тіпті көркем шығармалардың сюжеттері Еуропа тарихының осы драмалық кезеңдеріне арналған, бірақ биполярлық кезеңнен кейінгі интеллектуалды көші-қонның факторлары, механизмдері мен салдары әлдеқайда аз зерттелген. Дегенмен, мамандар жоғары білікті кадрлардың заманауи трансшекаралық қозғалыстарын белгілейтін және олардың құрамының кеңеюіне немесе шектеулі анықтамасына қарамастан көрінетін бірқатар типтік белгілерді көрсетеді.

2021 жылы Қазақстан Республикасының 89,3 мың азаматы 55 шетел университетінде, оның ішінде 71,4 мың адам Ресей Федерациясында (бұдан әрі – РФ), 2,2 мың адам Түркия Республикасында (бұдан әрі – Түркия), 2,1 мың адам Қырғыз Республикасында (бұдан әрі – Қырғызстан), 1,8 мың адам Америка Құрама Штаттарында білім алды.

Шетелдік білім берудің неғұрлым жоғары сапасы мен беделі, әлемді көруге және өз ой-өрісін кеңейтуге, шет тілдерін үйренуге деген ұмтылыс, студенттердің белгілі бір бөлігі үшін – одан әрі жұмысқа орналасу және шетелде тұру қазақстандық жастар үшін жоғары білім алу

мақсатында шетелге шығудың негізгі ынталандырулары болып табылады. Мұнда Қазақстан Республикасынан білім беру көші-қонының "сыртқы жағы" көрінеді: бұл – көшіп-қонушылардың белгілі бір бөлігінің оқуды аяқтаған соң басқа елдерде тұруға және жұмыс істеуге деген ұмтылысына байланысты елдің зияткерлік әлеуеттің бір бөлігінен айырылуы. Болып жатқан көші-қон процестері "адами капиталды" дамыту қажеттігі проблемасын айқындады және мемлекеттік саясат оның призмасы арқылы елді жаңғыртуға ықпал ету мақсатында қалыптасты:

1. 2011 жылы "Халықтың көші-қоны туралы" Қазақстан Республикасының жаңа Заңы қабылданды.

2. Білікті шетелдік жұмыскерлерді тарту басымдығы Қазақстан Республикасы 2017 – 2021 жылдарға арналған көші-қон саясаты тұжырымдамасында көрініс тапты.

Жалпы 2011 жылдан бастап 2022 жылға дейінгі кезеңде негізінен еңбекке қабілетті жастағы жоғары (38 %) және техникалық-кәсіптік (34 %) білімі бар 367,1 мың адам шетелге тұрақты тұруға кетті. Тек 2019 – 2021 жылдары елден тұрақты тұруға шетелге 106,5 мың адам (2019 жылы – 45,2 мың адам, 2020 жылы – 29,1 мың адам, 2021 жылы – 32,3 мың адам), оның 90 %-ы – Тәуелсіз Мемлекеттер Достастығы (бұдан әрі – ТМД) елдеріне жұмысқа орналасу немесе тарихи отанына оралу мақсатында көшіп кетті.

Негізінен солтүстік облыстардан ел түкпіріне және оңтүстік өңірлерден мегаполистерге бағытталған көші-қон қозғалыстарының нәтижесінде Қазақстан Республикасы облыстарының халық санының көп бағытты серпіні және халықтың ел аумағы бойынша бөлінуінің өзгеруі байқалады. Астана, Алматы және Шымкент қалаларында халық санының өсуі басқа өңірлерден озып келеді және 2022 жылғы тамызға қарай 2019 жылдың басымен салыстырғанда тиісінше 23,1 %, 15,1 % және 16,8 % құрайды, ал олардың ел халқының жалпы санындағы үлесі осыған ұқсас кезеңде 21,4 %-дан 23,6 %-ға дейін ұлғайды.

Облыс орталықтарының ішінде Ақтөбе, Қостанай, Қарағанды, Павлодар сияқты қарқынды дамып келе жатқан қалалық орталықтар бар. Қазақстанның ірі қалалары көшіп-қонушылар үшін инфрақұрылымымен және мүмкіндіктерімен тартымды: Қазақстан азаматтарының көбі қалаларда өмір сүруді қалайды. Мемлекет тұрғысынан урбанизация дамудың катализаторы болып табылады: экономика тиімдірек болып әртараптандырылады, өндірістің жаңа нысандары пайда болады, қызмет көрсету саласы кеңейеді, кәсіби білім тереңдей түседі, инновациялық қызмет жанданады.

Алайда ауылдық жерлерден қалаларға жаппай стихиялық көші-қоны жұмыс қолының жетіспеушілігі туындайтын ауылдық аумақтар үшін де, қалалар үшін де қиындықтар туғызады. Қалаларда бұл проблемалар тұрғын үй құрылысымен, қалалық көлік және инженерлік инфрақұрылымды дамытумен, әлеуметтік көрсетілетін қызметтер саласын дамыту қажеттігімен, тұрғындардың экологиялық қауіпсіздігін қамтамасыз етумен байланысты.

Табиғи және көші-қоны өсімінің арқасында Маңғыстау облысында халық саны 2019 жылдан бастап 2022 жылғы қыркүйекке дейін 12,0 %-ға, Атырау облысында – 8,6 %-ға, Жамбыл облысында – 7,9 %-ға, Алматы облысында – 7,6 %-ға, Ақтөбе облысында – 6,3 %-ға өсті. Сонымен бірге елдің орталық, солтүстік және шығыс өңірлері халық санын толықтыруды және көші-қон легін жабуды қамтамасыз етпейтін табиғи демографиялық өсімнің төмен болуына байланысты халық санының жоғалуына ұшырады. Ол Қостанай облысында (-4,6%), Солтүстік Қазақстан облысында (-3,5%) және Шығыс Қазақстан облысында (-2,7%) анағұрлым көбірек байқалады. Халықты қоныстандырудың өңірлік диспропорциясы ішіндегі проблемаларды шешу жөніндегі шаралар 2011 – 2021 жылдар аралығында іске асырылған жұмыспен қамту бағдарламалары шеңберінде нақтыланған болатын. 2017 – 2020 жылдар кезеңінде ғана осы бағдарламалар шеңберінде Ақмола, Шығыс Қазақстан, Қостанай, Павлодар және Солтүстік Қазақстан облыстарына шамамен 32 мың адам қоныс аударғанын, олардың тең жартысын еңбекке қабілетті жастағы адамдар құрағанын атап өту қажет.

Сонымен қатар азаматтарды жұмыс күші тапшы өңірлерге қоныстандыруда тұрғын үй құрылысының сапасы, бейімделу қызметтерін көрсету жөніндегі шаралардың жеткіліксіздігі бойынша проблемалар туындады, бұл қоныс аударушылардың шығу өңірлеріне кетуіне әкеп соқты.

Кейінгі жылдары олардың саны 2 есе – 18,3 мың адамға дейін (2017 жылы – 23,2 мың, 2022 жылы – 10,5 мың) айтарлықтай қысқарды, егер 2016 жылы олардың үлесі Қазақстан Республикасындағы жұмыс күшінің жалпы көлемінің шамамен 0,43 % құраса, 2022 жылы ол 0,31%-ға дейін қысқарды. Осы шаралар шеңберінде үй шаруашылықтарында еңбек қызметін жүзеге асыру үшін визасыз режимі бар елдерден келген еңбекші көшіп келушілерге 1 618,9 мыңнан астам рұқсат берілді, бұл ретте олар Қазақстан Республикасы бюджетіне 29,9 млрд теңгеден астам мөлшерде жеке табыс салығын төледі. Таяу болашақта көршілес елдердегі геосаяси жағдайды ескере отырып, Қазақстан Республикасы еңбекші көшіп-қонушылар үшін, ең алдымен ЕАЭО елдерінен көшіп келушілер үшін тартымды болып қала бермек.

Қорытынды

Жалпы, қазақстандық ғалымдардың көші-қон бағыттарын жіктеудің жоғарыда сипатталған барлық тәсілдері бір кемшілікті сипаттайды, ол жаһандық процестерге назар аударатын болса, олар Қазақстанның ерекшеліктерін назарға алмайды.

Қазақстанда жұмыс істеу үшін жоғары білікті кадрларды тарту идеясы іс жүзінде отандық мамандардың ешқайсысымен дауласпайды. Осыған байланысты мамандар жоғары білікті мамандардың келуі немесе оралуы үшін қажетті мемлекеттік қолдаудың екі негізгі бір-бірін толықтыратын сәттерін атап өтеді. Бір жағынан, Қазақстанға жұмысқа оралатын немесе бірінші рет келетін жоғары білікті мамандарға қаржылық және мәдени-гуманитарлық қолдаудың үйлесуі нәтижесінде қолайлы әлеуметтік ахуал құру қажет. Екінші жағынан, қазіргі заманғы жаһандық тенденцияларға сәйкес, кәсіби ғылыми немесе басқа да зияткерлік қызметті жүргізу үшін ғана емес, ғылымды қажет ететін бизнесті ұйымдастыру үшін нормативтік қамтамасыз етілген жеңілдіктер қажет. Және, әрине, бұл проблемаларды қазақстандық ғылымды қаржыландыру деңгейін арттырудың жалпы проблемасынан бөлек қарастыруға болмайды. Қайтып оралу себептері бойынша келесі жіктеу критерийін тұжырымдауға болады: ғылым саласындағы "тар" ынталандыру немесе "кең" ынталандыру, мысалы, ғылымды қажет ететін бизнес және өмірдің өзін-өзі жүзеге асырудың жалпы мүмкіндіктері.

Жалпы, Қазақстаннан және Қазақстанға жоғары білікті мамандардың көші-қон бағыттарын жіктеу тәсілдеріне жүргізілген талдауға сәйкес, өзара қосымша үш тәсілдің болуы туралы қорытынды жасауға болады:

1. Тиісті жаһандық процестің бір бөлігі ретінде Қазақстаннан зияткерлік көші-қонды зерттеу.

2. Қазақстандық интеллектуалдық көші-қонды нақты қазақстандық әлеуметтік саяси процестердің бір бөлігі ретінде зерттеу.

3. Мамандардың кіруінің өтемақы ағындары проблемасына және оларды оңтайландыру жолдарына баса назар аударатын болса, жалпы әлемдік үрдістер аясында қазақстандық ерекшелікті талдау.

Үшінші тәсілді түсіндіруде келу-кету балансының барлық проблемаларын емес, негізінен келу проблемаларын (қазақстандық ғалымдардың оралу проблемаларын) зерттеуге байланысты белгілі бір біржақтылық жоғалады.

Дәл осы интерпретация теория мен практика мәселелерін органикалық түрде байланыстырады, өйткені бұл мемлекеттің кіру және шығу тепе-теңдігіне кешенді әсері және негізгі саяси проблеманы білдіреді.

Осылайша, басқару мен саясаттың практикалық мәселелерін шешуге кедергі келтіретін түсіндірудің тарлығы, әдетте, бұл мәселені саясаттанушылар немесе халықаралық ғалымдар емес, Әлеуметтану және демография саласындағы мамандар шешкендігімен байланысты болды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасы көші-қон саясатының 2023 – 2027 жылдарға арналған тұжырымдамасы, Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2022 жылғы 30 желтоқсандағы № 961 қаулысы
2. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросы [Электрондық ресурс] – қолжетімділік режимі :<https://stat.gov.kz>
3. Редакциялық Алқа: М.С. Әшімбаев (Жауапты Редактор), Г. А. Қорғанбаева, Л. М. Музапарова, Л. Ю. Гусева, Д. К. Калиева, Т. А. Дмитриенко, С. Т. Сейдуманов. Қазақстандағы қазіргі демографиялық жағдай//
4. Қазақстан Республикасы Экономика және бюджеттік жоспарлау министрлігі "Қазақстан Республикасының демографиялық болжамы: негізгі трендтер, сын-тегеуріндер, практикалық ұсынымдар" тақырыбындағы талдамалық баяндама
5. «Қазақстан Республикасы Көші-қон саясатының 2022-2026 жылдарға арналған жаңа тұжырымдамасы» 2021 ж.
6. Миграция населения Республики Казахстан за 2019 год. Бюро национальной статистики РК, 2021.
7. Казахстанцы все активнее покидают страну: уехали сотни врачей и учителей.<https://lsm.kz/migrariya-vneshnyaya-i-polugodie-2021-goda>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Камалбек А.
Al-Farabi business school
EMBA

Научный руководитель: Кожаметова А.К.
PhD

Введение

В современных международных отношениях для продвижения внешнеполитических интересов страны за границей существует такой инструмент, как национальный бренд. Правильно подобранное позиционирование государства может существенно укрепить его положение на международной арене – и наоборот: без успешной коммуникационной кампании своих достижений страна рискует остаться вне глобального информационного поля, что может повредить его будущим достижениям.

Казахстан имеет мощный потенциал в повышении уровня конкурентоспособности за счет создания собственного национального бренда. Сейчас в Казахстане существует немало экономических и социальных проблем, которые остро влияют на экономическое развитие страны в целом. Необходимо создать определенные направления решения имеющихся проблем, а также разработать стратегию формирования сильного и позитивного национального бренда Казахстана в международной среде.

Особую роль в этом процессе могут сыграть PR-технологии. В мире есть много примеров удачного управления репутацией территорий и развития их брендов с использованием PR-технологий. Однако не существует универсального механизма создания и управления брендом региона с использованием PR-технологий. Кроме того, новые реалии побуждают к поиску новых идей для реализации процесса брендинга с использованием PR-технологий.

Анализ последних публикаций и исследований по проблематике международной конкурентоспособности и национального брендинга свидетельствует о значительном интересе ученых к данным вопросам и многообразии взглядов современных ученых. Однако вопросы детального обоснования и анализа особенностей использования PR-технологий в продвижении национального бренда Республики Казахстан остаются еще полностью не раскрытыми.

Цель работы: проанализировать использование PR-технологий в продвижении

национального бренда Республики Казахстан.

Теоретическая и практическая значимость исследования: Теоретическая и практическая значимость магистерской работы состоит в том, что сформулированные и обоснованные в ней научно-практические рекомендации могут быть внедрены в деятельность государственных органов по формированию и продвижению национального бренда Казахстана.

Литературный обзор

Понятие бренд в современном мире, как и понятия связей с общественностью, маркетинга и рекламы имеет множество определений. Современная сфера связей с общественностью в широком ее понимании развивается весьма интенсивно, что влечет за собой сложности в формировании единого подхода к пониманию бренда.

Исследователи отмечают два подхода к определению бренда. Первый показывает бренд как задачу и индивидуальные атрибуты, включающие название, логотип и другие визуальные элементы, которые позволяют компании или продукту выделяться среди своих конкурентов. Второй подход говорит об образе, имидже, репутации компании, продукта у формируемого у общества.

В английском языке термин "бренд" и "торговая марка" - почти синонимы. Однако в современной теории коммуникации бренд - это образ, который возникает в сознании как реакция на товарный знак, совокупность эмоциональных связей между торговой маркой и потребителем. По мнению И. Грошева и Е. Степаничевой, бренд - это неуловимое и нематериальное явление, которое формируется исключительно самими потребителями в процессе коммуникации: "Он формируется в результате коммуникации, которая устанавливается между потребителями и торговой маркой. В определенном смысле он является разновидностью психологического образования" [1, с. 124].

М. О. Макашев дает такое определение данному понятию: «Бренд – это атрибуты фирмы или товара, которые отражают их индивидуальность, привлекают концентрированное внимание клиентов и создают имидж фирме, способствуя движению ее репутации и продвижению товара на рынке»[2, с.14].

Бренд существует в мировом пространстве, он создается с помощью рекламы, фирменного стиля и PR. Экспансия представителей рекламного бизнеса в сферу формирования национальных образов привела к тому, что понятие "бренд" стали переносить и на государство. С точки зрения политологии, бренд следует рассматривать как инструмент трансляции властных полномочий и экономического доминирования, действенный механизм по управлению массами [3, с.10].

А. Тюкаркина отмечает: "Национальный брендинг - это комплекс мероприятий в сфере экспорта, туризма, культуры, внутренней и внешней политики и инвестиций по разработке и имплементации стратегии построения бренда государства, направленный на улучшение имиджа страны, воспринимается как местным населением, так и иностранцами и активизируется с помощью различных средств (коммуникации, маркетинговые инструменты, публичная дипломатия и др.). Успешный бренд государства позволяет не только улучшить внешне- и внутривластный имидж страны, но и повысить уровень политического влияния страны на международной арене, увеличить объемы экспорта брендированных товаров и услуг, укрепить международные связи и партнерские отношения, стимулировать чувство национальной идентичности, повысить общую конкурентоспособность страны» [4].

Как считает И. Ю. Глинская, национальный бренд должен представлять страну как государство, обладающее уникальным потенциалом в области производства товаров и услуг, науки и образования, со многими культурными традициями, природно-рекреационными ресурсами. "Для того чтобы создать такой бренд, необходимо начать с создания брендов

регионов. Подготовка и реализация этой программы требует использования различных механизмов коммерческого и политического маркетинга» [5].

Известный исследователь национального брендинга Г. Сзонди считает, что национальный брендинг - это стратегическая самопрезентация страны с целью создания капитала репутации посредством продвижения экономических, политических и социальных интересов дома и за рубежом [6].

Методология исследования

Методы исследования: теоретические методы (анализ научных источников по проблеме исследования, синтез, сравнение, систематизация, обобщение); эмпирические методы (контент-анализ, построение графиков, таблиц); метод стратегического планирования – SWOT-анализ.

Результаты и дискуссия

Ежегодно компания Brand Finance публикует рейтинг 100 национальных брендов. Авторы исследования считают, что бренд страны оказывает значительное влияние как на её репутацию, самоидентификацию и представление о своём настоящем и будущем, так и на благосостояние государства и его способность конкурировать и развиваться в мировой экономике.

В исследовании этого года заметно, что национальные бренды развивающихся стран растут гораздо быстрее, чем у развитых. Так, средний рост стоимости бренда в развивающихся странах составил 13,9%, а в развитых странах — всего 0,4%.

В рейтинге проводится анализ 100 стран мира.

Казахстан поднялся на 7 строчек и занял 44-е место (в 2018-м — 51-е место), расположившись между Новой Зеландией (45-е место) и Ираном (43-е место). При этом стоит отметить, что стоимость бренда Казахстана больше, чем у некоторых европейских стран (к примеру, Португалии, Румынии, Венгрии, Словакии и других).

Заметим, в рейтинге этого года Казахстан вошёл в ТОП-10 стран по росту стоимости национального бренда. Стоимость увеличилась на 41,9%, что является 8-м показателем среди всех стран, вошедших в рейтинг [7].



Расчёты Ranking.kz на основе данных Brand Finance

Рисунок 1 – топ быстрорастущих брендов

Рейтинг национальных брендов мира. 2019

	Место	Стоимость бренда (трлн долл. США)
США	1	27,8
Китай	2	19,5
Германия	3	4,9
Япония	4	4,5
Великобритания	5	3,9
Франция	6	3,1
Индия	7	2,6
Канада	8	2,2
Южная Корея	9	2,1
Италия	10	2,1
Казахстан*	44	-

* нет данных по стоимости бренда
Расчёты Ranking.kz на основе данных Brand Finance

Рисунок 2 – Рейтинг национальных брендов мира

Точно оценить количество компаний, предоставляющих PR-услуги, весьма затруднительно. Причина в том, что в последнее время этим пытаются заниматься и рекламные агентства, и редакции различных газет, и даже НПО. И все же на сегодняшний день можно выделить 7 наиболее известных в Казахстане агентств, специализирующихся на связях с общественностью. Это "Ренессанс", "Promo group communications (PCG)", "PR-Management", "Star Media & Ogilvy", "East Point", "Media-системс" и "Public Relations &

Promotion Central Asia". Все они работают в Алматы. Несмотря на то что данные агентства специализируются на связях с общественностью, на PR-услуги приходится не более 50% их деятельности.

Так, в частности, агентство "Ренессанс" оказывает услуги абонентского обслуживания предприятий в сфере развития общественных связей, репутационный менеджмент, проведение пресс-конференций и других мероприятий с участием прессы, а также подготовку и размещение информационных материалов. Основными направлениями в деятельности PCG являются услуги в области консультирования, планирования и проведения PR- и рекламных кампаний, организация презентаций и выставок, семинаров, "круглых столов" и пресс-конференций, а также мониторинг СМИ и т.п. Консультирование, рекламу и информационное сопровождение бизнес-проектов предлагает "East Point". Информационное, пиар-обеспечение и консалтинг – "PR-Management"[8].

Выводы

Сегодня успешный национальный бренд открывает возможности не только улучшить внешнеполитический и внутриполитический имидж государства, но и повышает уровень политического, экономического и культурного влияния страны на международной арене, что впоследствии увеличивает объемы экспорта брендированных товаров и услуг, укрепляет межкультурные связи и партнерские отношения, стимулирует чувство национальной идентичности, повышает общую конкурентоспособность государства.

Одной из главных функций национального бренда является улучшение внешнеполитического имиджа государства, который является целенаправленным формируемым образом страны, призванным оказывать воздействие и формировать общественное мнение о стране среди аудитории, не живущей в данной стране. Это ключевой элемент в формировании внешнеполитического имиджа всех современных государств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грошев И.В., Степанычева Е.В. Инструменты формирования бренда территории // Маркетинг в России и за рубежом. — 2021. — № 5. - 110 с.
2. Макашев М. О. Бренд. М., 2014. - 310 с.
3. Арпентьева М.Р. Геобрендинг в индустрии туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2015. — № 3.
4. Тюкаркина О.М. Роль национального брендинга в формировании внешнеполитического имиджа современной России. Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-natsionalnogo-brendinga-v-formirovanii-vneshnepoliticheskogo-imidzha-sovremennoy-rossii>
5. Глинская И.Ю. Формирование и продвижение бренд-имиджа России. Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-prodvizhenie-brend-imidzha-rossii>
6. Szondi, G. Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. Hague: Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", 2018. - 400 p.
7. <https://www.zakon.kz>, Рейтинги национальных брендов за 2019 год. ([Рейтинг национальных брендов за 2019 год](#) [▷ zakon.kz](https://www.zakon.kz))
8. <http://www.investkz.com>, Рынок PR-услуг в Казахстане, Гульмира Арбабаева, международный деловой журнал Kazakhstan, ([Рынок PR-услуг в Казахстане \(investkz.com\)](#))

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ И РЕМОНТОВ

Джексембаев Р.Е.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби
Магистрант образовательной программы MBA-Деловое администрирование

Научный руководитель: Купешова С.Т.

к.э.н., доцент

Аннотация

В статье раскрыты теоретические аспекты и этапы по оптимизации стратегии технического обслуживания и ремонтов (ТОиР)

Ключевые слова: ТОиР, мероприятия, стратегия, структура ТОиР

Введение

Процесс технического обслуживания и ремонта (ТОиР) — представляет собой комплекс технологических операций и организационных действий по поддержанию работоспособности или исправности объекта при использовании по назначению, ожидании, хранении и транспортировании (техническое обслуживание), а также по восстановлению работоспособности, исправности и ресурса объекта и/или его составных частей (ремонт). ТОиР может быть, как плановым, так и неплановым[1].

Основная цель процесса ТОиР – это предупреждение, поддержание, проактивное выявление и устранение отказов следующими мерами:

- контроль и оценка технического состояния в определенном объеме с определенной периодичностью;
- смазка, плановая замена элементов по достижении наработки или календарного срока службы;
- плановый и неплановый ремонт для устранения отказов, предотказных состояний и повреждений.
- анализ и внедрение непрерывных улучшений в процесс посредством передовых инструментов, как ReliabilityCenteredmaintenance (RCM), TotalProductiveMaintenance (TPM) и т.д.

Методология

Методологической основой исследования являются зарубежная литература в области внедрения инструментов повышения эффективности ТОиР.

Результаты исследования

Целью оптимизации технического обслуживания является определение оптимальных задач технического обслуживания, которые сводят к минимуму время простоя, обеспечивая при этом наиболее эффективное использование систем для получения желаемых результатов при минимально возможных затратах с учетом всех возможных ограничений.

Что такое оптимизация обслуживания?

Техническое обслуживание имеет две области, которыми необходимо управлять: планирование и составление графика действий, обеспечивающих выполнение краткосрочного обслуживания, и техническое обслуживание, оптимизирующее обслуживание в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Плановая оптимизация обслуживания (ПОО) — это метод, предназначенный для улучшения стратегий обслуживания на основе существующих процедур профилактического обслуживания (ПО) и доступной истории ТОиР оборудования.

Несмотря на то, что большинство компаний определили потребность в программе профилактического обслуживания (ПО), эффективное выполнение таких действий по техническому обслуживанию может быть проблематичным. Невидимые обстоятельства, требующие неотложного внимания, могут легко сорвать запланированные действия и потенциально нарушить бесперебойную работу предприятия.

ПОО предоставляет метод, с помощью которого работы по техническому обслуживанию выполняются более эффективно. Выполняя ПОО, существующие задачи, изменения в расписании и частоте процедур выполняются на основе истории отказов оборудования. При относительно более коротком времени разработки результирующая стратегия может быть аналогична выполнению технического обслуживания, ориентированного на надежность (RCM)[2].

Этапы оптимизации технического обслуживания

1. Оптимизация функций персонала

По мере роста предприятия масштабируемость становится еще более сложной задачей, а это означает, что сотрудники тратят меньше времени на выполнение всех задач, и очень важно тратить его с пользой. Исключение дублирования функционала структуры управления процессом ТОиР определяется как бизнес-стратегия, направленная на баланс планирования ресурсов, инструментального времени, получение ТМЦ и других ключевых показателей производительности, чтобы получить максимальную выгоду от сотрудников.

По сути, речь идет о понимании того, как работают ваши сотрудники и как наилучшим образом использовать их навыки для достижения целей предприятия.

2. Оценка навыков и компетенций сотрудников.

Направлению по управлению персоналом необходимо провести первоначальный анализ для проверки технических и управленческих навыков сотрудников, включая руководителей. Внедрение матрицы навыков обеспечит эффективное использование талантов для достижения целей предприятия.

3. Анализ данных

Предприятиям необходимо владеть информацией по истории технического обслуживания и ремонта оборудования, действующим стратегиям обслуживания, времени между отказами оборудования, времени простоя оборудования, стоимости запчастей, времени отклика технического специалиста, часовой стоимости одного часа простоя и даже процентом своевременной поставки запасных частей. Сбор данных поможет оптимизировать вашу стратегию технического обслуживания, оценить эффективность выбора проектов для последующего принятия решения по их внедрению.

4. Выбрать пилотные проекты и разработать по ним дорожную карту.

Дорожная карта должна включать:

1. Цели, приоритеты и ожидаемые эффекты;
2. Четкое понимание внедрения проекта – пилот или массовый охват;
3. Ресурсы и сроки внедрения;
4. Критерии оценки успешности проекта (Ключевые показатели эффективности).
5. Непрерывное обучение персонала.

Обеспечение возможности комплексного непрерывного обучения сотрудников может неуклонно повышать профессиональную компетентность, опыт, в то же время повышает эффективность предприятия.

6. Вовлечение смежных служб.

Слабое участие смежных служб (Финансы, Производство, Закупки, HR, IT и т.д.) негативно повлияет на путь по оптимизации технического обслуживания.

Обсуждение рекомендаций

Создание успешной, устойчивой и эффективной программы профилактического обслуживания и стратегии оптимизации профилактического обслуживания не происходит в одночасье. Это требует тщательного планирования, но оно того стоит, когда вы получаете преимущества. Важно построить надежную и долгосрочную стратегию, определив цели, создав правильные ключевые показатели эффективности и триггеры, обсудив план с заинтересованными сторонами, используя правильные технологии и проводя обучение. Требуется последовательный анализ, а также много времени и усилий, чтобы убедиться, что весь ваш прогресс непротиворечив. Имейте в виду: «Правильная программа профилактического обслуживания — это не недостижимый идеал, а цель, к которой вы должны стремиться».

Выводы

Регулярное техническое обслуживание, безусловно, является ключевой частью обеспечения надежности оборудования предприятия, но ПОО идет дальше и увеличивает преимущества технического обслуживания, демонстрируя существенное сокращение затрат.

Программа ПОО снижает общие затраты на техническое обслуживание примерно на 25%. Периоды окупаемости начнутся примерно через 12–24 месяца после внедрения ПОО. Помимо улучшения времени безотказной работы и надежности, которые обеспечиваются

надежной стратегией обслуживания, методы ПОО помогают компаниям более разумно расходовать ресурсы [3].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ 18322-2016 Система технического обслуживания и ремонта техники. Термины и определения. docs.cntd.ru. Дата обращения: 17 февраля 2018. Архивировано 18 февраля 2018 года.
2. Техническое обслуживание, ориентированное на надежность. Надежная Книга. Дата обращения: 6 марта 2021. Архивировано 17 мая 2021 года.
3. ARMS Reliability.

ҚАЗАҚСТАНДА ЕҢБЕК ӨНІМДІЛІГІН АРТТЫРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Бердәулетова А.Ж.

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті
Экономика және Бизнес Жоғары Мектебі
Менеджмент, 4 курс

Ғылыми жетекші: Джумамбаев С. К.
э.ғ.к., доцент

Аннотация

Мақалада бүгінгі күннің ең өзекті, айтылу керек тақырыптардың ең маңыздысы – еңбек өнімділігі мәселесі қарастырылады. Бұл көрсеткіштің мемлекет экономикасындағы маңыздылығы талданады. Қазақстандағы еңбек өнімділігі жағдайын салыстыру мақсатында АҚШ мемлекетінің ұқсас көрсеткіштері алынады. Сол арқылы қаншалықты деңгейде дамыған елдерден бұл көрсеткіш бойынша айырмашылық бар екені анықталады. Еңбек өнімділігінің өсуіне кедергілерге нақты көңіл бөлінеді. Сонымен қатар талдау нәтижесіне қарай еңбек өнімділігін арттыру жолдары ұсынылады.

Түйінді сөздер: еңбек өнімділігі, ЖІӨ, жұмыспен қамтылған халық саны, еңбек тиімділігі.

Мақала Қазақстан экономикасындағы еңбек өнімділігінің өзекті мәселесіне арналған. Еңбек өнімділігі экономикалық өсуге ықпал ететін саясатты қалыптастыру процесінде маңызды рөл атқаратын экономика тиімділігінің негізгі көрсеткіштерінің бірі болып табылады. Еңбек өнімділігінің жоғары болуы адамдардың өмірін жақсартады, бизнеске бәсекелестікті жеңуге көмектеседі, ал ел бос ресурстар есебінен тезірек дамиды. Еңбек өнімділігін бағалау еңбек нарығындағы саясатты қалыптастыру және білім беру мен кәсіптік оқыту саласындағы саясатты анықтау үшін қолданылады. Олар сондай-ақ еңбек нарығының көрсеткіштері халықтың өмір сүру сапасына қалай әсер ететіні туралы түсінік береді. Ұзақ мерзімді перспективада еңбек өнімділігі жан басына шаққандағы табыстың өсуін анықтайды.

Бұл мақалада біз елдің ұлттық экономикасы аясындағы еңбек өнімділігі ретінде бір жұмысшыға шаққандағы ЖІӨ көрсеткішін қолдандық.

Мұндай көрсеткіш мемлекет ауқымындағы еңбек тиімділігін бағалауға және макроэкономикалық өзгерістерді болжауға мүмкіндік береді. Елдер арасындағы еңбек өнімділігінің деңгейлерін салыстыру үшін ЖІӨ әдетте АҚШ долларымен есептеледі.

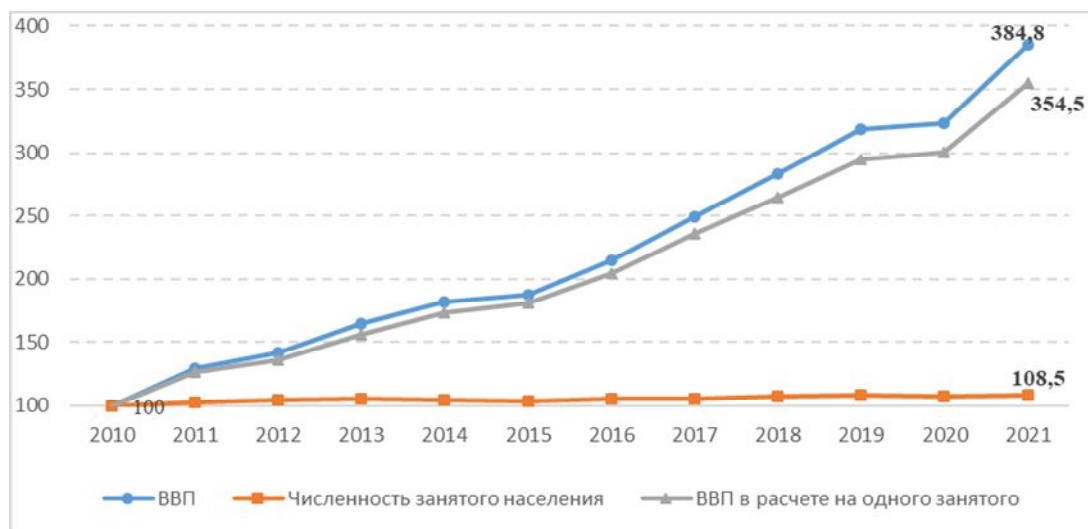
Динамикадағы өнімділікті бағалау үшін әр түрлі уақыт кезеңдеріндегі көрсеткіштің өзгеруін көрсететін және пайызбен көрсетілген еңбек өнімділігінің индексі қолданылады. Есепті жылдағы өнімділіктің алдыңғы немесе базалық жылға қатынасы ретінде есептеледі, алынған мән 100-ге көбейтіледі.

1-кестеде біз қарастырып отырған кезеңдегі осы көрсеткіштің мәндері келтірілген. Динамика 2010-2021 жылдар аралығындағы Қазақстандағы еңбек өнімділігінің индексі.

2010-2021 жылдар аралығындағы Қазақстандағы еңбек өнімділігінің индексі

Көрсеткіштер	Жылдар					
	2010	2015	2017	2019	2020	2021
Еңбек өнімділігінің индексі	базалық жыл	119,8	106,5	113,4	107,4	122,6

Ал суретте 2010-2021 жылдары Қазақстанда жұмыспен қамтылған бір адамға шаққанда ЖІӨ, жұмыспен қамтылған халық саны және ЖІӨ динамикасы көрсетілген.



Сурет 1 - 2010-2021 жылдары Қазақстанда жұмыспен қамтылған бір адамға шаққанда ЖІӨ, жұмыспен қамтылған халық саны және ЖІӨ өсу қарқыны % - бен (2010 - 100%)

Көріп отырғанымыздай, 2021 жылы ЖІӨ өсімі 2010 жылға қарай негізінен жұмыспен қамтылған халық санының шамалы өсуімен болған еңбек өнімділігі есебінен 384,8% құрады.

Еңбек өнімділігін салыстыру кезінде көптеген елдер көбінесе еңбек өнімділігі саласындағы жетістіктерін АҚШ-тағы еңбек өнімділігіне қатысты бағалайды, онда ол ең жоғары нәтижелерге қол жеткізді. 2-кестеде АҚШ-тың осыған ұқсас көрсеткішіне қатысты Қазақстанда жұмыспен қамтылған бір адамға шаққанда біз жүргізген ЖІӨ көрсеткішін есептеу нәтижелері келтірілген.

Қазақстан мен АҚШ-тың 2010-2021 жылдардағы ЖІӨ, жұмыспен қамтылғандар саны және еңбек өнімділігінің көрсеткіштері

Көрсеткіштер	Жылдар					
	2010	2015	2017	2019	2020	2021
Қазақстан:						
1. ЖІӨ, млн. АҚШ доллары	148052,4	184387,0	166806,3	181665,9	171083,7	197055,6
2. Жұмыспен қамтылған халық, мың адам	8114,2	8433,3	8585,2	8780,8	8732,0	8807,1
3. Жұмыспен қамтылған бір адамға шаққандағы	18246,1	21864,2	19429,5	20689,0	19592,7	22374,6

ЖІӨ, АҚШ доллары						
АҚШ:						
1. ЖІӨ, млн. АҚШ доллары	15048970	18206023	19477337	21380976	21060474	23315081
2. Жұмыспен қамтылған халық, мың адам	139063,9	148833,4	153337,4	157538,1	147794,8	152580,7
3. Жұмыспен қамтылған бір адамға шаққандағы ЖІӨ, АҚШ доллары	108216,2	122324,8	127022,7	135719,4	142498,1	152804,9
Қазақстандағы еңбек өнімділігі АҚШ-тағы еңбек өнімділігіне, %	16,9	17,9	15,3	15,2	13,7	14,6

2-кестенің деректерінен көріп отырғанымыздай, Қазақстанда 2010 жылдан бастап 2021 жылға дейінгі 12 жылдағы еңбек өнімділігі 1,23 есе өсті, ал АҚШ-та бұл ретте 1,41 есе өсті. 2021 жылы АҚШ-та жұмыспен қамтылған бір адамға шаққандағы ЖІӨ Қазақстандағы ұқсас көрсеткіштен 6,8 есе артық, яғни Қазақстандағы еңбек өнімділігі АҚШ-тағы еңбек өнімділігіне 14,6% - құрады. Еңбек өнімділігінің көрсеткіші бойынша Қазақстан тек АҚШ-тан ғана емес, Батыстың басқа дамыған елдерінен де артта қалып отыр.

Мұндай артта қалушылықты Қазақстандағы еңбек өнімділігінің мәндері көбінесе елдің ЖІӨ-нің едәуір бөлігін құрайтын мұнай мен басқа да шикізат ресурстарына баға конъюнктурасымен байланысты екендігімен түсіндіруге болады. Энергоресурстарға бағалар қымбаттаған немесе арзандаған кезде өнімділік көрсеткіші сәйкесінше өседі немесе төмендейді. Қазақстанның мұнайға бағдарланған экономикасы жағдайында экономика мен өнеркәсіпті әртараптандыруға ынталандыру жеткіліксіз болды, бұл шикізаттық емес өндірістерге әсер етеді.

Неғұрлым егжей-тегжейлі талдау қазақстандық экспорттаушы компанияларда өнімділік, әдетте, орташадан жоғары екенін көрсетеді. Сонымен қатар, жұмыспен қамтылғандар саны белсенді өсіп келе жатқан қызметтердің жекелеген салаларында еңбек тиімділігінің төмендеуін атап өтуге болады. Нәтижесінде жұмыс күшінің шамадан тыс ағыны еңбек өнімділігінің динамикасын төмендетті.

Бірақ еңбек өнімділігінің өсуіне Қазақстан Президенті Қ. Тоқаев 2021 жылғы 1 қыркүйектегі жолдауында айтқан басқа да кедергілер бар.:

- экономиканы шамадан тыс мемлекеттік реттеу және бәсекелестіктің төмен деңгейі;
- менеджменттің төмен біліктілігі;
- төмен инновациялық белсенділік.

Бұған Қазақстандағы арзан жұмыс күші жаңа технологияларды енгізуге ықпал етпейтінін, тиімсіз жұмыс орындарының үлкен үлесінің болуы, жабдықтардың тозуы және т. б. қосуға болады.

Осы жерден Қазақстанда еңбек өнімділігін арттырудың негізгі жолдары мыналар болып табылады:

- жаңа технологиялық процестерді енгізу есебінен өндірісті жаңғырту. Заманауи технологияларға неғұрлым көп инвестиция салынса, еңбек өнімділігі соғұрлым жоғары болады;
- қызметкерлердің біліктілік деңгейін арттыру, кадрларды сауатты іріктеу, қоғамда және жекелеген ұжымдарда қолайлы әлеуметтік-психологиялық ахуал құру;
- ағымдағы менеджмент деңгейін арттыруға және басқару қызметін рационализациялау перспективаларына аса маңызды назар аудару.

Мемлекет еңбек өнімділігінің өсуіне кедергілерді еңсерудің тиімді тетіктеріне ие. Мемлекет экономикадағы жалпы еңбек өнімділігін арттыру үшін ірі жобаларға ақша сала

алады. Сондай-ақ бәсекелестіктің өсуіне кедергі келтіретін және сәйкесінше еңбек өнімділігі деңгейінің жоғарылауына теріс әсер ететін көптеген жинақталған бюрократиялық кедергілерді азайту.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. <https://www.stat.gov.kz>
2. <https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtynkazakstan-halkyna-zholdauy-183555>

LITERATURE REVIEW ON THE MOTIVATION SYSTEM IN THE ORGANIZATION AND ITS EFFECT ON INCREASING LABOR PRODUCTIVITY

Bazar V.

Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty
management

Scientific adviser: Kupeshova S.T.
c.e.s.

Abstract

When a company is at its peak, it is often very ambitious and aggressively expands its market in the future, investing all its assets in new branches and subsidiaries. However, recent economic instability in Kazakhstan and instability in the global economy has caused many companies to struggle and even go bankrupt. Some companies survive by managing their human resources properly. Talent is a key factor in the success of any organization. [1]To be successful in the market, companies need the most efficient and high quality employees. Efficient and effective work is inseparable from employee enthusiasm. As we enter the 21st century, the media and the public eye are focusing more and more attention on talent management and employee engagement. Deepening the understanding of human resource management and strengthening employee incentive management have become the qualities and abilities necessary for the survival of enterprises. Employee incentive management is an important part of modern corporate governance. Currently, Kazakhstan does not have a well-developed market economy system, and many insurmountable factors combine to create some problems in corporate management. Organizations and businesses, regardless of size or type, can run into employee demotivation and personnel issues at any time. The problem of low time composition efficiency. The consequences not only hurt the economic interests of companies in the short term, but also set off many chain reactions, especially in developing countries, where the consequences are even more severe. Therefore, human resource management, especially employee work enthusiasm management, is an important issue for the entire enterprise organization. At the current stage of economic development, the successful operation of a management system is an effective way of working, characterized by the ability to encourage each employee to work productively and efficiently to achieve specific goals. It is inseparable from the incentive system. A key task of employee work enthusiasm management is to maximize the linkage of employee interests and needs with the strategic goals of the organization. When employee interests are highly aligned with company interests Improvements are beneficial only if they increase employee engagement and benefit the company. Without targeted and efficient influence on employee engagement, it is impossible to effectively influence employees, and effective management is impossible. This paper focuses on Company H as a research subject. Company H is a consumer electronics company that has been successful in the market for over 20 years. Currently, Company H's retail network has 124 stores in 63 cities in Kazakhstan, covering all regions of the country. The main goal of the company is to design and manufacture the most popular household appliances for residents of Kazakhstan and neighboring countries, using the latest advanced digital technologies from world manufacturers. The purpose of

this article is to provide theoretical and practical suggestions for human resource management and employee motivation in Company H. To achieve this goal, we must fully understand what human resource management is, clarify what employee work enthusiasm is, analyze the factors that influence employee work enthusiasm, You need to obtain and evaluate the current state of Company H's incentive management system. The main research topics suggesting related improvements are:Through interviews and questionnaires with Company H, we will analyze the current status of Company H's personnel management system and employee incentives, and clarify the main problems and reasons for employee incentives at Company H. This article describes basic theories and models of human resource management. There are two sides to human resource management in any organization. On the one hand, there are employees of the organization who carry out their work for personal gain. Leadership, on the other hand, is about managing subordinates and directing them to achieve specific goals. In this case, management must use tools to pressure employees to achieve specific management goals.This tool is an employee incentive management system.From microcosm to macrocosm, the modern business environment imposes very stringent requirements on the competitive development of enterprises. Therefore, without proper management of employee enthusiasm, enterprises cannot effectively conduct production and management operations. With the scientific application of incentive management, organizational leaders can significantly improve the labor productivity of their subordinates. Employee enthusiasm can effectively improve enterprise production efficiency, and managing employee work enthusiasm is the key to enterprise personnel policy. Employee incentive management includes a set of incentive measures that determine certain behaviors of the company's employees. Employee motivation thus measures the overall effectiveness of the course of action taken by company leadership to improve the work performance of the company's employees and to attract and retain qualified professionals. . This paper discusses related incentive theories, including two-factor theory, expectation theory.[2]

Keywords: excitement, incentive system, dynamic production rate, incentive management, Workmanship satisfaction

Introduction

Job motivation and job satisfaction are very important aspects of corporate human resource management and need to be carefully considered not only in the context of corporate culture and identity, but also in terms of productivity and quality control. I have. Employee satisfaction quality assessment helps management to make the right decisions. This requires timely, complete and reliable data on the state of human resources within the enterprise as support. The paper also analyzes Company H's current personnel management and employee incentives.Including: H company's brief introduction, company's main organizational structure, current incentive system, existing problems in employee enthusiasm, etc. Based on the above analysis, based on the theory of employee satisfaction, we created a questionnaire in conjunction with the current situation of Company H, conducted a survey of Company H employees, and grasped the job satisfaction of the company's employees. Among them, all surveys are not just collecting opinions, but dialogue with management and employees. Before conducting an investigation, you should consider what you will do with the information and how management will respond.This paper also considers when an employee satisfaction survey is required. The purpose of the survey is to determine employee satisfaction with the company's work in order to determine employee loyalty to the company. This article uses the ESI-Employment Satisfaction Index to measure employee job satisfaction, one of the most important non-financial performance indicators of a company. A company's employee job satisfaction is closely related to labor productivity and affects company profits. You should know that there is a direct relationship between a company's incentive system, employee job satisfaction, and the quality of an employee's work and the final product or service. It is also evident that low employee satisfaction will significantly increase employee turnover and increase the cost of recruiting and training new employees for the company. In addition to the direct recruitment costs associated with the turnover of these personnel, there are also indirect costs associated with

turnover. It takes a period of time for new recruits to complete their training and reach the required level of productivity. During this period there are potential risks. Therefore, the purpose of this research is to identify bottlenecks in improving employee satisfaction, propose solutions to eliminate these bottlenecks, and improve corporate performance. There are some generally accepted conventions for surveys. Therefore, the following questions should be clarified during the survey: how will categories of working conditions be managed, how important are these categories to employees, and how satisfied are employees with these categories. We selected all the above categories of studies according to their specific objectives. Ultimately, the questionnaire identified 15 questions. In a survey, each question has the same weight. So the importance is the same. However, depending on your company's particular situation, some issues may be more important than others. [3]

Theoretical background

3.1 Incentive

The so-called incentive means that the managers in the organization use various resources to give positive or negative reinforcement information and feedback to the members of the organization, causing changes in the psychology and thoughts of the members of the organization, so that they can produce the behavioral responses expected by the organization. Systematic activities to effectively achieve the goals of the organization and its members. Simply put, motivation is the process of creating conditions that meet the various needs of employees, stimulating employees' motivation, and making them produce behaviors that are consistent with organizational goals.

Incentive consists of five elements: incentive subject, incentive object, incentive target, incentive factor, and incentive environment. Motivation is a process that starts with people's needs and ends with meeting them. This process is essentially the process of motivating people. Motivation needs to be aroused, and motivation leads to behavior. Motivation is to connect the three elements of internal drive, needs, and goals that influence each other to form the whole process of motivation. [4]

3.2 Incentives

As for the internal incentive mechanism of the enterprise, it can be divided into three types: one is based on the resources that meet the needs of employees, mainly including the material incentive mechanism and the spiritual incentive mechanism. The effect of the material incentive mechanism is superficial, and the depth of the incentive is limited. The role of the spiritual incentive mechanism is lasting and fundamental. Correctly handling the relationship between the material incentive mechanism and the spiritual incentive mechanism is an important issue that enterprises should deal with when building an incentive mechanism. The second is to divide from the perspective of incentives, which can be divided into positive incentive mechanism and negative incentive mechanism. The positive incentive mechanism is to reward the expected behavior of employees in line with organizational goals, so that this behavior will appear more. Negative motivation is to punish employees for behaviors that violate organizational goals, so that these behaviors do not happen again or occur less. Enterprises should focus on positive incentives, supplemented by negative incentives. Third, it can be divided into others incentive mechanism and self incentive mechanism. There are many incentive subjects in the incentive mechanism of others, such as enterprises, superior managers, customers, colleagues, subordinates, etc. At the same time, employees themselves can also carry out self-motivation, such as goal motivation. employee satisfaction. [5] Salary and welfare incentives work in two ways: one is to give. Giving is positive motivation, which is to encourage certain behaviors of employees, and these behaviors are exactly what the company hopes. The ways of giving include increasing wages, issuing bonuses, increasing subsidies, and increasing benefits. The second is deprivation. Deprivation, that is, negative incentives, is to stop certain behaviors of employees, and these behaviors are exactly prohibited by the enterprise. The methods of deprivation include deducting wages, deducting bonuses, reducing allowances and benefits, or fines.

When establishing a salary and welfare system, an enterprise should combine its own strategic development requirements with the actual needs of employees. At the same time, consider the relevant laws and policies of the country, the level of salary and benefits in the market, and the supply of labor. By balancing the relationship between various factors, the company's salary and welfare system is legal, has external competitiveness and internal fairness, and effectively motivates employees.

3.3 Labor productivity

Labor productivity refers to the efficiency with which laborers produce a certain use value. Labor productivity is always the efficiency of specific labor to produce products within a certain period of time. It usually has two expressions, one is the quantity of products produced per unit time, and the other is the labor time consumed to produce a unit of product. The main factors that determine the level of labor productivity are: the scale and efficiency of the means of production (especially the production tools); the development level of science and technology and its application in reproduction; the average proficiency of laborers; the social organization of the production process degree and natural conditions. Changes in labor productivity will inevitably lead to changes in the socially necessary labor time for the production of commodities, thereby causing changes in the value of commodities.[6]

Labor cost in the industry is a special cost that has an incentive function, especially to promote labor productivity. Attention should be paid to the triple attributes of labor cost in the three dimensions of the enterprise, laborers and society. Labor cost is only a part of the cost of the enterprise. Other types of non-labor costs or non-productive costs may be an effective way to "reduce the burden" of enterprises. The mechanism of increasing labor productivity and the substitution mechanism of production factors will drive the reduction of other costs of enterprises. Increase the total cost of the enterprise. Labor cost is related to labor salary. Human salary can measure the input of labor cost. At the same time, its unit labor cost affects its salary determination to a certain extent. Higher labor productivity can support higher Labor remuneration level, and maintain a low enterprise unit labor cost.

Methodology

In order to investigate the current situation of Company H's employees, an anonymous survey titled "Employee Satisfaction Survey" was conducted on Company H's employees.

In this study, we derived the results of overall satisfaction and weighted average satisfaction of Company H employees and the percentage of satisfaction of Company H employees. Through the ESI calculations, the study found the most annoying issues and lowest company satisfaction and, according to fairness theory, suggested several possible measures to improve employee job satisfaction: incentives. System improvement, career acquisition management as employee motivation. According to this analysis, the study draws the following conclusions: Currently, Company H is facing some difficulties in human resource management and employee enthusiasm. Reliability, confidence in the future, ability of employees to work, direct relationship between employees and management, good psychological environment, opportunity to act positively. Of these, most are motivators. And these factors can affect employee loyalty, and when loyalty declines, employee turnover increases. As a result, labor costs related to recruitment, training, alignment, etc. increase. Therefore, it is much more effective to improve the positive factors of the company, especially the major factors such as wages and working conditions. To overcome these situations, the following recommendations were issued to the company: 1) Due to the low scores on these indicators, the company's management should discuss and address the professional and career development of its employees. is needed. This is a rather worrying metric given the important leadership roles of key executives. 2) Management should inform employees of the company's development prospects, relevant achievements, innovations and other incentives. 3) Strengthen the company's corporate culture construction. This means strengthening immaterial incentives for employees. 4) According to Adams' fairness theory, we should be careful to balance effort and reward. 5) Each employee has their own "inputs" and "outputs". In order to increase employee motivation, it is necessary to define the "output" of each employee. By taking the above measures,

Company H can improve its operating mechanism, stabilize its finances, and achieve sustainable development in the future. Today, employees of any company are arguably the most important resource. However, not all managers realize how difficult it is to manage this resource, and the company's success depends on the work efficiency of its employees. A manager's job is to get the most out of his employees. Kazakhstan has many problems with incentive policies. For example, problems of leadership relations, insufficient wages, and general living and working conditions in enterprises. A major obstacle to addressing these issues is that managers often ignore the living and working conditions of their direct income-generating employees. A relevance to the subject of this research is that effective management of people is achieved by understanding their motivations. Recognizing what human motivations and motivations are allows us to strive to create effective systems of human management styles and methods.[7]

Acknowledgements

Given that the organization has established a stimulating environment such as a scientific management system and a leadership system, the organization should establish: A knowledge-based employee motivation model based on the work itself and focused on its intrinsic satisfaction, The contents are shown in Figure 1. This model is implemented in five ways. Business integration (overcoming monotony and boredom by emphasizing division of labor), forming natural work units (forming work groups of appropriate size, overcoming work organization rules) “free-riding” phenomenon due to excessive scale), customer relationship building (encouraging and creating conditions for knowledge workers to have direct contact with customers inside and outside the organization), vertical distribution of work (Knowledge workers take responsibility for their work (assume control and responsibility), establish feedback channels (knowledge workers understand their work performance after task completion) To achieve individual and organizational goals. These goals and work outcomes include high intrinsic job motivation, job satisfaction, high-quality job performance, low turnover, and high organizational flexibility and adaptability. Achieving this goal and the results of work depend on three key psychology variables of knowledge workers: feeling meaningful in their work, feeling responsible for the results of their work, and understanding the results of their work. These key psychological states are caused by several core aspects of knowledge workers. Skill diversity, work integrity, work importance, work autonomy, and work feedback.[8]

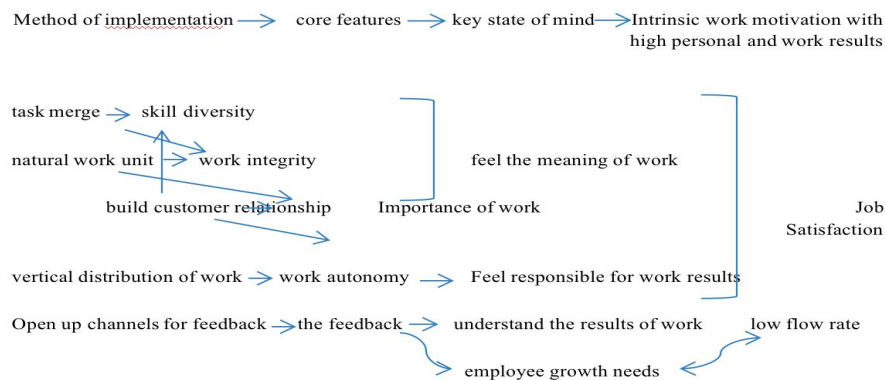


Figure 1 - Job satisfaction

Due to the imperfect incentive mechanism of the enterprise, the enthusiasm of employees is greatly affected, which seriously hinders the realization of the strategic goals of the enterprise. On the basis of learning other people's incentive mechanism construction model, the research ideas of this paper are put forward, and the construction of enterprise incentive mechanism is discussed emphatically from the perspective of human resource management. Finally, the article draws the following conclusions:

(1) At present, there are many problems in the incentive mechanism of enterprises, which seriously affect the enthusiasm and potential of employees, and restrict the development of enterprises.

There are many reasons that affect the incentive effect of the enterprise. The enterprise should combine its own situation to find out the factors that affect its own incentive effect, and then take targeted measures to improve the incentive situation of the enterprise.

3) When building an incentive mechanism, an enterprise should establish a systematic incentive system based on scientific principles, and take effective incentive measures in combination with the actual situation.

REFERENCES

1. Ganta, V. (2014). MOTIVATION IN THE WORKPLACE TO IMPROVE THE EMPLOYEE PERFORMANCE. International Journal of Engineering Technology.
2. Salakhova, V. G. Quality management of services in the hotel business / V. G. Salakhova. - Text: direct // Young scientist. - 2019. - No. 2 (240). — S. 263-265.
3. Chirkov V.I. Motivation of labor activity // Critical analysis of foreign theories of motivation. - Yaroslavl: Yaroslavl. state university, 2007
4. Memleket basshysynyn 2014 zhylgy 11 karashadagy "Nurly zhol-bolashakka bastar zhol" atta Kazakhstan khalkyna Zholdaу.
5. Ankur and etc. (2019). A Study of Employee Motivation in Organization.
6. Zhukova, S. (2019). Adaptation of new employees and career planning in the hotel.
7. Ananiev B.G. Man as an object of knowledge. -L., 2008
8. Grace, O., Akinola & Abiola, O. (2014). Motivational Strategies and Enhancement of Employees'. Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management

ЖАҢА ҚАЗАҚСТАНДА АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДЫҒЫН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ЖОЛДАРЫ

Қабыл Ж.С.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ,
Мемлекеттік және жергілікті басқару, 3-курс студент

Ғылыми жетекші: Смағұлов А.М.
Э.ғ.к., доцент м.а.

Соңғы екі жыл біздің өміріміздің барлық салаларын түбегейлі өзгертіп, бетбұрыс болды. Бақытымызға орай, ғылым бізге COVID-19 пандемиясынан туындаған мәселелерді жақсы түсінуге және шешуге көмектесті. Сонымен қатар, біз пандемияның тауарларды, соның ішінде азық-түлік пен басқа да ауылшаруашылық өнімдерін өндіруге, саудаға, логистикаға және тұтынуға әсер етуіне куәгер болдық. Біріккен Ұлттар Ұйымы және оның мекемелері адамдар мен планетаның денсаулығы мен қауіпсіздігін сақтау үшін белсенді жұмыс істеп, мемлекеттерді "бұрынғыдан жақсы" қағидаты бойынша қалпына келтіру жолдарын іздеуге шақырды. Атап айтқанда, Біріккен Ұлттар Ұйымының Азық-түлік және ауылшаруашылық ұйымы (ФАО) аграрлық азық-түлік жүйелерін неғұрлым тиімді, неғұрлым инклюзивті, неғұрлым тұрақты және сыртқы әсерлерге төзімді етіп төрт жақсартуға қол жеткізуді жақтайды: өндірісті жақсарту, тамақтану сапасын жақсарту, қоршаған ортаны жақсарту және "ешкім назардан тыс қалмауы керек" қағидатын сақтай отырып, барлығының өмір сүру сапасын жақсарту.

ҚР ауыл шаруашылығы министрі Ербол Қарашөкеев, Ақмола облысының әкімі Ермек Маржықпаев, Ақтөбе облысының әкімі Оңдасын Оразалин, Алматы облысының әкімі Қанат Бозымбаев баяндама жасады.

Соңғы жылдарда бүкіл әлемде азық-түлік тауарларына «Мемлекет басшысы ағымдағы сын-қатерлер мен тәуекелдерді ескере отырып, азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудің маңыздылығын бірнеше рет атап көрсетті. Осыған байланысты тиісті Жоспар әзірленген болатын. Қазіргі жағдайда бұл құжаттың маңыздылығы одан сайын арта түскенін көріп отырмыз», — деді Ә. Смайылов. Азық-түлік қауіпсіздігі мәселесі — еліміздің ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз етудің басты шарттарының бірі. Бүгінде Қазақстан негізгі азық-түлік тауарларымен толық көлемде қамтамасыз етілген және қазір ешқандай да аландаудың қажеті жоқ.

Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселелерінде бірінші кезектегі міндет – азық-түлік тауарларының нақты қолжетімділігін, олардың дүкендер мен базарлардың сөрелерінде жеткілікті болуын қамтамасыз ету. Осы бағытта Жоспарда көзделген іс-шаралар егіс алқаптарын әртараптандыру, мал шаруашылығын кешенді дамыту, жаңа инвестициялық жобаларды іске асыру, сақтау және логистика инфрақұрылымын дамыту есебінен жүзеге асырылатын ауыл шаруашылығы өнімдері өндірісінің көлемін ұлғайтуға бағытталған.

ҚР Премьер-Министрінің айтуынша, нарықты азық-түлікпен толықтыру шаралары азық-түлік өндірісі мен тұтыну теңгерімін ескере отырып жүргізілуі тиіс. «Бағаны реттеудің қолданыстағы механизмдерінің тиімділігін бағалау керек. Сондай-ақ бағаларды әкімшілік реттеуден халықтың әлеуметтік жағынан аз қамтылған топтарын адрестік қолдауға көшу үшін ұсыныстар дайындау қажет. Бағаларды әкімшілік механизмдермен ұстап тұру нарықтық тәсілдерге жатпайтынын білеміз, сондықтан бағаларды тұрақтандырудың басқа да әдістерін қолдану қажет», — деді Ә. Смайылов. деген сұраныс пен оның бағасы күрт өсіп барады. Сондықтан, отандық ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру мен қайта өңдеу арқылы ішкі нарықты азық-түлік тауарларымен қамтамасыз ету бірінші орынға шығып отыр.

ҚР Премьер-Министрі атап өткендей, өндіріс көлемі ұлғайтылмаса, тұтынудың өсуі сөзсіз импортқа тәуелділікке және азық-түлік қауіпсіздігі деңгейінің төмендеуіне әкеледі. Атап айтқанда, жоғарғы Палатада Сенат Төрағасының бастамасымен еліміздегі 60-тан астам аграрлық қоғамдық ұйымдар мен одақтардың, ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерінің өкілдерімен, осы салаға қатысы бар мемлекеттік органдар мен ведомство басшылары қатысқан 12 арнайы кездесу болды. Бұл жүздесулерде сала бойынша қордаланған мәселелерге қатысты 200-ге жуық ұсыныс айтылып, оның барлығы түрлі мемлекеттік, қаржылық органдар мен ведомстволар, қоғамдық бірлестіктер, эксперттер арқылы сараптамадан өтіп, 170-тен астамы парламенттік тыңдаулардың ұсынымдар жобасына енгізілді.

Осы ұсыныстардың негізінде және Парламенттік тыңдау нәтижелері бойынша ауқымды құжат даярланып Үкіметке жолданатын болады. Бірқатар ұсыныс ауыл шаруашылығы саласына, оның қазіргі жай-күйі мен дамытудың жаңа мүмкіндіктеріне арналды.

Елбасы өз Жолдауында «Ауыл шаруашылығы – ел экономикасының драйвері» деп атаған болатын. Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету – маңызды стратегиялық міндеттердің бірі, әрі еліміздің Еуразиялық экономикалық одақ пен Дүниежүзілік сауда ұйымына кіруі жағдайында ерекше өзекті. Мемлекет басшысының Жолдауында ауыл шаруашылығының әлеуеті толық пайдаланылмай отырғаны атап өтіліп, нақты нәтижелерге жету міндеттелді. Бұл үшін агроөнеркәсіп кешенін тиімді мемлекеттік реттеу тетіктерінің рөлі өте маңызды. Мемлекеттен бөлінетін қомақты қаражатқа қарамастан, бұл сала рентабельділігі төмен секторлардың қатарында. Сараптамалық бағалау бойынша, басты проблема – мемлекеттік реттеудің жетілмегенінде болып отыр.

Тәуелсіздік жылдарында агроөнеркәсіп кешені мен ауылдық аумақтарды дамытуға бағытталған тоғыз бағдарламалық құжат қабылданды. Алайда олар саладағы жағдайдың түбегейлі өзгеруіне ықпал ете алмады. Аграрлық сектордағы өнімдердің 80 пайызға жуығы шикізат түрінде сатылады, бірқатар өнімнің импортқа тәуелділігі жоғары. Дайын тағамдық өнімдер негізінен шеттен әкелінеді, ал басты экспорттық тауарымыз астық дақылдары – жалпы экспорт көлемінің 42 пайызын құрайды. Мемлекеттік реттеудің жүйесіздігі, субсидиялау Ережелерінің жиі өзгеруі саланың дамуына кері әсерін тигізуде. Осыған байланысты,

мемлекеттік қолдау шарттарын инвестициялық жобалардың аяқталуына дейін сақтау нормаларын заңды түрде бекіту ұсынылуда. Бұл ұсыныс назар аударуға лайықты деп санаймыз.

Бұл тұрғыда бірқатар маңызды мәселелерді атап өткіміз келеді. Атап айтқанда несие қаражаттарының жеткіліксіздігі мен қолжетімді болмауы. Бұған себеп – ауыл шаруашылығы тауарларын өндірушілерде активтердің, жердің кепілдік құнының төмендігі және өтімді кепілдердің болмауы. Субсидияландыру жүйесінің тиімділігі мәселесі де жетілдіруді қажет етеді. Бұл ретте ауыл шаруашылығы тауарларын өндірушілерін барынша қолдай отырып, негізінен субсидиялаудан арзан және ұзақ мерзімді кредиттеуге біртіндеп көшу мәселесін, келесі қабылданатын мемлекеттік бағдарламада терең қарастырудың қажеттігі туындауда. Бұл елеулі өзгерістерге әкелу мүмкіндігі қауымдастықтар мен одақтар өкілдері тараптарымен кездесулерде де ұсынылды. Саланың инфрақұрылымын қаржыландыру деңгейінің төмендігі; ауыл шаруашылығы мен өнеркәсіп өнімдерінің, қызметтердің, шикізат пен азық-түлік бағаларының теңсіздігі; ауыл тұрғындарының өз кәсібін ұйымдастыруы үшін қаражат пен білімнің жеткіліксіздігі де саланың қарқынды дамуына бөгет болып отыр.

Агроөнеркәсіп кешенін дамытудың маңызды тетігі – қаржыландыру мәселесінде ҚазАгроның өзіндік орны бар. Мәселен, өткен жылы холдингтің саланы қаржыландыру көлемі 19 пайыздық өсіммен 477 млрд теңгені құраған. Ал банктердің үлесі 3,7 пайыз ғана. Өкінішке қарай, холдингтің қыруар қарыз жүктемесі бар, сондықтан бұл мәселе, мамандардың айтуынша, несие мөлшерлемелерін төмендетуге мүмкіндік бермеуде. ҚазАгроның қарыздарын қаржылық сауықтыру үшін Үкімет тарапынан жан-жақты негізделген жұмыс қажет деп есептейміз. Сонымен қатар дамыған елдер тәжірибесін және фермерлер ұсыныстарын ескере отырып, банктердің ауыл шаруашылығын белсенді қаржыландыру жайына назар аудару керек. Қаржы институттарында уақытында кепілдікке қойылған қаншама ауыл шаруашылығы жерлері тұр. Оның айналымнан шығып, игерусіз жатқандары қаншама? Жер – ауыл шаруашылығының базисі ғана емес, негізгі өндіріс құралы. Сондықтан оның құқықтық статусын (мәртебесін) анықтаудың мәні зор. Менің ойымша, ауылшаруашылық жерлерін мемлекет меншігінде қалдыра отырып, ұзақ мерзімді жер пайдалану құқығын енгізу оң шешім болар еді. Бұл жер пайдалану құқығының кепілдік мәні мен кепілдік бағасын көтеріп, өнім өндірушілер мен қаржы институттары арасындағы қаржылық қатынастардың тиімділігін арттырар еді. Сенатта өткен кездесулерде көтерілген басты мәселенің бірі – пайдаланылмай жатқан жерлер туралы ақпараттардың қолжетімсіздігі. Осы орайда, қазіргі заманауи технологияларды, мәселен, жерді қашықтықтан зондтау, ғарыш түсірілімін қолдану жерді пайдалануды бақылаудың тиімділігін арттыратыны сөзсіз. Бүгінгі қолданыстағы заңнамалық базаның олқылығы – тұрақсыздығында деп білеміз. Мысалы, Жер кодексіне 99 заңнамалық өзгерістер енгізіліп, 260-тан аса заң түрлі толықтыруға ұшыраған. Талдау көрсеткендей, әлі де өзектілігі тұрғысынан ескірген нормалар баршылық. Бұл инвестициялық ахуалға теріс ықпалын тигізуде. Аталған мәселеде Ұлттық экономика және Әділет министрліктері тарапынан нақты бақылау мен үйлестіруді күшейту қажет. Нақты заңнамалық регламенттеудің болмауы қаржыландыру құралдарының жеткіліксіздігі мен қолжетімділігінің төмендігіне әкеп соғуда. Бір мысал, шалғай ауылдар қаржы институттарының бөлімшелерімен қамтылмаған, фермерлерге кепілді қамтамасыз ету өте қиын. Сондықтан да, болашақ өнімді кепілге қоюға мүмкіндік беретін жаңа қаржы құралы – аграрлық қолхатты енгізу мақсатында жеке заңның қабылдануы өте маңызды.

Бүгінде жеке қосалқы шаруашылықтардың мәртебесіне арналған нормативтік-құқықтық база құру, кооперативтерге жағдай жасау ауадай қажет. Бұл ең алдымен, өнімдерді делдалсыз өткізуге жол ашады. Қазіргі уақытта өндірілген өнімді дайындау, бастапқы өңдеу, өңдеуші кәсіпорындарға жеткізудің жүйесі жоқ. Сонымен қатар сервистік қызметтер – агрохимия, ветеринария, фитосанитария, мелиорация және басқаларының деңгейлерінің тым төмендігі – саланың өсуін тежеуші факторлардың бірі. Бұл проблемалардың оң шешім табуы – табыс деңгейіне, азық-түлік бағасын тұрақтандыруға ықпал етері сөзсіз.

Әрине, жеке және мал шаруашылықтары туралы айта отырып, ветеринария саласы туралы айтпау мүмкін емес. Мал шаруашылығындағы мақсатты индикаторларға қол жеткізу ветеринарлық ахуалға тікелей байланысты. Саладағы біраз мәселе агроөнеркәсіп кешенін реттеу жөніндегі заңда қаралды. Дегенмен шаруашылықтарда мамандар жетіспеуде, «Дипломмен – ауылға» бағдарламасымен кейінгі 3 жылда тек 254 мал дәрігері жұмысқа орналасты, жыл сайын 3,5 мың маман дайындалса, оның 20 пайызы ғана ер балалар. Аса қауіпті ауруларға қарсы препараттар тек соңғы 3 жылда 12 млрд теңгеге шет елдерден сатып алынған. Бұл мәселені шешу үшін мемлекеттік биокомбинаттың болуының стратегиялық маңызы зор. Эпизоотиялық ахуал, мемлекеттік сатып алу, азық-түлік және биологиялық қауіпсіздікті реттеу бойынша ұсыныстар Ауыл шаруашылығы министрлігі тарапынан назарға алынып, қарастырылуы тиіс. Су ресурстарын тиімді пайдалану, заңнаманы одан әрі жетілдіру мәселелері соңғы уақытта екі рет Парламенттік тыңдауда қаралды. Бұл салада басқару, есепке алу, бақылау, жоспарлау мен үйлестіру мәселелері әлі де өзекті. Гидротехникалық құрылыс объектілері туралы нақты ақпарат жоқ. Сондықтан су қоры мен су шаруашылық жүйелерінің әлсіздігін және мамандардың пікірлерін ескерсек, қолданыстағы тарифтік саясаттың тиімсіздігі; апаттық нысандарды жөндеу, аса маңызды стратегиялық нысандарды инженерлік-техникалық нығайтуды қаржыландырудың нашарлығы; объектілерді басқару мен пайдалануда заманауи жүйелерді, автоматтандыруды енгізу; білікті кадрлардың тапшылығы – шешімін табуды талап ететін проблемалар. Сондай-ақ трансшекаралық өзендерді пайдалану шеңберінде тиімді іс-қимыл жүргізудің маңызы зор. Ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдеу саласында біз үлкен өндірістік және экспорттық резервтерге иеміз. 2019 жылы экспорт 3,3 млрд долларға жетіп, (2018 жылмен салыстырғанда 5,9%-ға артқан), импорт көлемі 3,9 млрд долларды құраған (өсім 7%). Дегенмен, Қазақстан әлі де импортқа тәуелді, экспортымыз шикізатқа бағынышты. Бүгінде ішкі тұтытудағы импорттың үлесі құс еті бойынша 49 пайызға, алма 31, ірімшік пен сүзбе 46, шұжық 39, қант 57, балық 72 пайызды құрады. Өңделген өнім экспорты аса өзекті мәселе. Ет өңдеу кәсіпорындары шикізат және айналым қаражатына байланысты 45 пайыз қуатында жұмыс істеп келеді. Оны шешу туралы көптеген ұсыныс айтылғанмен, былтыр шетелге тірідей сатылған 156 мың бас ірі қара, 246 мың бас қой жүйелі жұмыстың жоқтығына дәлел. Ұн өндірісінің күрт төмендеуі мен экспортының 32 пайызға азаюы, дәстүрлі импорттаушы елдерде қайта өңдеудің дамуы, терең өңдеу өнімдерін (глютен, крахмал, биоэтанол, т.б.) дамыту мен жаңа нарық іздеуге көңіл бөлуді қажет етеді. Бұл проблемалар шешілуі үшін жауапты министрліктердің үйлестірілген іс-қимылы қажет. Қыруар қаржылай қолдауға қарамастан, сүттің шикізат секторы өңдеу қажеттілігін қамти алмауда. Деректерге сүйенсек, соңғы 7 жылда 70 тауарлы сүт фермасы іске қосылған, алайда жыл сайын 52 мың тоннадан аса сүт қышқылды өнімдер мен өңделген сүт, 49 мың тонна ірімшік, сүзбе және құрғақ сүт импортталады. Сонымен қатар ұлттық тағамдық азықтар, бақша дақылдары, жеміс, көкөністер өңдеудің озық технологиялары керек. Жалпы, бүкіл өңдеу саласының өткір мәселесі – өңдеуші кәсіпорындарды сапалы шикізатпен қамтуға басты назар аударылуы қажет.

Ауылдық елді мекендерді дамытудың түйінді мәселелерінің бірі – ақпараттық қамтамасыз етуді жаңа деңгейге шығару. Ауыл еңбеккерлері озық технологиялар, мемлекеттік қолдау шаралары, заңнамалық базадағы өзгерістер, нарық маркетингі туралы хабардар етілуі тиіс. Сондықтан аграрлық ғылым мен озық тәжірибені, еңбек адамының бейнесін насихаттайтын көрсетілімдердің маңызы өте зор. Осы орайда, арнайы мамандандырылған «Аграрлық телеарна» ашу қажет деп санаймыз. Бұл телеарна еліміздің агроөнеркәсіп саласын дамытуға, ауыл шаруашылығын ел экономикасының драйверіне айналдыруға ықпал етер еді. Сенатта өткен парламенттік тыңдау барысында Парламент Сенатының Төрағасы ауыл шаруашылығы туралы өз ойларын ортаға сала келіп, еліміздің агроөнеркәсіп кешені ұлттық экономиканың драйвері болу үшін барлық алғышарт бар екенін атап өтті. Ол сондай-ақ: «Қазақстанда климаттық аймақтардың әртүрлілігі алуан түрлі дақылдарды өсіруге мүмкіндік береді. Еуразиялық экономикалық одаққа мүше болу 200 млн

адамдық нарыққа шығуға және егістік, әсіресе жайылымдық жерлердің әлеуетіне қолжетімділікті ұсынады, бұл біздің елімізде 188 млн гектарды құрайды – әлем бойынша 5-орын аламыз, бұл ауылшаруашылық өндірісінің өсуіне ерекше мүмкіндіктер ашады», Қазақстанның аграрлық саясатының басты міндеті, ел тұрғындарының 80-90 пайызын азық-түлікпен қамтамасыз ету екенін атап өтті. Бұл ішкі нарықты қорғауды, шығындарды азайтуды және саланың табысын арттыруды, жаңа технологияларға көшуді, барлық заманауи талаптар мен стандарттарға сәйкес келетін сапалы өнімдер шығаруды білдіреді.

Сенатта өткен парламенттік тыңдаулардың барысында мүдделі пікірталас өрістеді, аграрлық саланың жай-күйі жан-жақты сараланып, талқыға салынды. Кемшіліктер атап көрсетіліп, оны жою жолдары нақтыланды. Алдағы жұмыс көлемі мен бағыт-бағдар нақты белгіленді. Бұл өз кезегінде отандық ауыл шаруашылығының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және осы саланы заңнамалық тұрғыдан тиянақты қамтамасыз етуге септігін тигізеді деп ойлаймыз.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің ресми ақпараттық ресурсы
2. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2200000178>
3. <https://eldala.kz/kz/blogs/9222-kak-obespechit-prodovolstvennyuyu-bezopasnost-v-usloviyah-krizisa>
4. https://el.kz/azyq-tulik-qauipsizdigin-qamtamasyz-etu-manyzdy-mindet_53693/
5. Қазақстанның жаңа мамандықтар мен қызметтер атласы // [Электронды ресурс] /URL: /https://www.enbek.kz/

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ОРТА БІЛІМ БЕРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ТЕҢСІЗДІК МӘСЕЛЕЛЕРІ

Жұма Н.Ә.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Экономика және бизнес жоғары мектебі факультеті,
Мемлекеттік және жергілікті басқару мамандығы,
1-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Аширбекова Л.Ж.
э.ғ.к., доцент м.а.

Кіріспе

Білім алу теңдігі – әлемнің көптеген елдерінің білім беру жүйесі үшін негіз болып табылатын маңызды принциптердің бірі. Білім беру қоғам мен мемлекет дамуына ықпалдаса отырып, ел экономикасының қозғаушысы болып табылады. Осы ретте, білім беру саласын дамыту, орта білім беру жүйесіндегі теңсіздіктерді реттеу қазіргі таңда еліміздегі өзекті мәселелердің біріне айналып отыр. Білім сапасының алшақтығы мектеп түрлерінің бөлінісінде, негізінен жалпы орта білім беретін мектеп пен жеке мектеп және қала мен ауыл мектептерінің арасындағы бөліністе жатыр. Сондықтан бұл мәселе, Президент Қ-Ж. Тоқаевтың Қазақстан халқына бірінші, сондай-ақ екінші жолдауында да назарға алынып, мектеп оқушылары үшін мүмкіндіктер теңдігін қамтамасыз ету бойынша жүйелі шараларды әзірлеу қажеттілігі туралы баяндалды: «Балаларымыз қай жерде тұрса да, қандай тілде оқыса да сапалы білім алуы керек... Осыған орай, мемлекет қарапайым мектептерге қолдау көрсетеді. Сонымен бірге бұл қадам қала мен ауыл арасындағы білім беру саласындағы алшақтықты қысқартуға жол ашады».

Әдебиеттерге шолу

Ел дамуының жаңа бағытын іске асыру, адам капиталын дамытуді келей білім беру жүйесімен байланысты [1]. Педагог кадрлардың тапшылығынан - педагогтің орнына

бәсекелестікке өту және дәстүрлі оқыту бағдарламаларынан - білім алушыларды болашаққа дайындау, сапалы білім беруді тұрақты жетілдіру жолдары [2, 3]. Мектепке дейінгі тәрбие мен оқытудың, бастауыш, негізгі орта және жалпы орта білімнің бағдарламалары, техникалық және кәсіптік, орта білімнен кейінгі білімнің білім беру бағдарламалары, білім беру ұйымдарында жұмыс істейтін педагог қызметкерлерін аттестаттаудан өткізу қағидалары мен шарттары, білім және ғылым саласындағы өзге де азаматтық қызметкерлердің қосымша білім және арнайы оқу бағдарламалары [4, 5, 6]. Білім беру, оның ішінде орта білім беру жүйесінің мәселелерін зерттеу ғылыми пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературы де кең орын тапты. Атап айтқанда Б.Блум, Е.Пискунова, Л.Стенхауз, М.Розер, Л.Элейн, Ч.Хардисон сияқты ғалымдардың еңбектерінде анықталған. Қазақстандық ғалымдардың ішінде білім беру тәжірибесімен және төл оқулықтар жасалыну мәселелерімен белсенді түрде Ж.Нурбаев, Е.Бекмаханов, Н.Сауранбаев, З.Бейсенбек, А.Ысқақов, Қ.Жұмалиев, т.б. республикаға белгілі ғалымдар айналысты.

Зерттеу әдістемесі

Ғылыми мақаланың эмпирикалық негізі социологиялық зерттеулерді құрайды, жалпы орта білім беретін мектеп пен гимназия басшылығының, өңірлік білім басқармаларының, біліктілікті арттыру және ақыл-ой дамыту орталықтарының өкілдерімен жүргізілген сараптамалық сұхбаттар болды.

Жұмыс барысында ақпаратты сараптаудың сандық, сапалық, дедукция және синтез әдістері қолданылды. Негізгі тенденцияларды, гипотезаларды тексеру және анықталған құбылыстарды әртүрлі деңгейдегі білім беру органдарының ресми статистикасында қолданылатын көрсеткіштер жүйесімен анықтау мақсатында сипаттамалық, статистикалық талдаудан өтті.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Демографиялық жарылыс дамушы елдерге тән құбылыс екені мәлім, Қазақстан Республикасы да осы бағытта, себебі жыл сайын халық саны өсіп келеді.

Кестел

2017-2021 жыл аралығындағы жалпы орта білім беретін мектептегі оқушылар саны және мемлекет тарапынан жасалынған шаралар

Жылдары	2017	2018	2019	2020	2021
Жалпы білім беретін мектептерде оқитын бала саны	2878453	3011635	3227646	3362757	3492575
Мемлекеттік қаржыландыру (млн,тг)	884930	968835	1226790	1641503	2110134
Жалпы білім беретін мектептер саны	7414	7393	7398	7440	7486
Педагогика мамандығына бөлінген грант саны	8235	7600	8218	8250	6857
Балаларды бастауыш біліммен қамту(%)	98,99	98,87	99,64	99,76	99,05
Мектепке дейінгі ұйымдардың саны	9828	10314	10583	10650	10871
Ескерту: ҚР Ұлттық статистика бюросының мәліметтеріне сүйене отырып автормен құрастырылған					

Мұндай толқынға дер кезінде дайын болмағандықтан еліміздің кей өңірлерінде мектеп оқушылары 3 ауысыммен оқуға мәжбүр болып отыр. Ал, 2006-2015-ші жыл аралығындағы еліміздегі халық саны күрт өсуінің жоғарғы деңгейі тіркелген болатын, осы тұста білім беру жүйесін реттеу мемлекеттің тікелей міндеті болып табылады (кесте 1).

Кесте 1-де көрсетілген мәліметтерге қарар болсақ оқушы санының қарқынды өсуімен орта білім беруге деген қаржыландыру, жалпы орта мектептердің және мектепке дейінгі ұйымдардың саны жыл сайын артып отырғаны байқалады. 2020-2021 жыл аралығындағы педагогика мамандығына бөлінген мемлекеттік грант саны 8250-ден 6857-ге дейін төмендеді. Оның негізгі себебі Қазақстан Республикасының президенті Қасым-Жомарт Тоқаев 2019 жылы 2 қыркүйекте парламент палаталарының бірлескен отырысында Қазақстан халқына «Сындарлы қоғамдық диалог - Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі» деп аталатын жолдауында жоғарғы оқуға бөлінетін мемлекеттік грант санын ұсыну барысында техникалық мамандықтарға аса назар аудару керек екендігін алға тартып, сол салаға грант санының көбірек бөліну керектігін жариялаған болатын. Алайда, педагогика мамандарының шәкіртақысын және мұғалімдердің жалақысын көтеру туралы шешім сапа маңыздылығы үшін оң нәтижесін беруі тиіс [1]. Бұл білім беру саласындағы қоғамдық қатынастарды реттейтін, осы аядағы мемлекеттік саясаттың негізгі принциптерін белгілейтін және Қазақстан Республикасы азаматтарының, сондай-ақ Қазақстан Республикасында тұрақты тұратын шетелдіктердің және азаматтығы жоқ адамдардың білім алуға конституциялық құқығын қамтамасыз етуге бағытталған Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 27 шілдеде қабылданған «Білім туралы» Заңы аясында реттеліп отырады [2].

Білім беру саласындағы қаржыландыру көлемінің ұлғаюы елдің ЖІӨ өсуіне пропорционалды болып келеді. Бұл ретте соңғы 20 жылда орта білім беруге бөлінген инвестициялар тұрақты түрде ЖІӨ 2% құрады. Мектепке дейінгі тәрбие мен оқуға, техникалық және кәсіптік білім беруге, жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білім беруге арналған қаржыландыру көлемі ЖІӨ 0,5% асқан емес [3]. Орта білім беруге жұмсалатын шығыстарда тепе-теңдік қағидатын және мектептер арасындағы қаражатты бөлудің пропорционалдығын ескеру қажет. Алайда, ЭБДҰ зерттеулері атап өткеніндей, Қазақстанда білім берудің элитарлығына назар аударылады, бұл әділдік және сапа көрсеткіштеріне қол жеткізуге кедергі келтіреді. Назарбаев Зияткерлік мектептері (бұдан ары – НЗМ), БИЛ (Білім-Инновация лицейі) дарынды білім алушыларды қалай қабылдаса, дәл солай үздік мұғалімдерді қабылдай отырып, жалпы білім беретін қарапайым мектептерге қарағанда үш есе жоғары қаржыландыру алатыны белгілі [4]. Яғни, жалпы орта білім беретін мектептер мен арнайы мектептерге бөлінетін қаржы мөлшерінің айырмашылығы орта білім беру жүйесіндегі дисфункцияға алып келіп отыр (сурет 1).



Сурет 1 – 2017-2021 жыл аралығындағы орта білімді дамытуға бөлінген мемлекеттік қаржы мөлшері
Ескерту: ҚР Ұлттық статистика бюросының мәліметтеріне сүйене отырып автормен құрастырылған

Ауыл мен қала тұрғындары шығындарының сипатын зерттей отырып, ресми және бейресми білімге қол жеткізу мәселесіндегі аумақтық айырмашылықтарды анықтауға болады. Қала тұрғындары мектепке дейінгі білімге көп шығындалады (32,2%), ауыл тұрғындары қаражаттарын – жоғары білімге (26,2%) салады. Қала тұрғындарымен салыстырғанда ауылдықтар жол жүру (2 есе) және ересектерді оқыту үшін (7 есе) қаражатты көп жұмсайды. Ауылдың ересек тұрғындарының қосымша білімге деген жоғары сұранысы орынды. Сонымен қатар, қалалықтардың репетитор қызметіне жүгінуі ауылдық елді мекен тұрғындарының (1,8%) сұранысымен салыстырғанда, шамамен 5 есе (9,3%) жоғары [5]. Білім беру қызметтерінің нарығындағы сан салалы ұсыныстарға, бейресми білім түрлеріне қол жетімділік факторлары, қала тұрғындарының артықшылықты жағдайын көрсетеді. Бұл жағдайлар ауылдық және қалалық мектеп оқушыларының арасындағы академиялық жетістіктердің теңсіздігіне сөзсіз алып келетіні хақ [6].

Осы мәселелерге байланысты Батыс Қазақстан облысы, Бөрлі ауданы, Қарағанды селолық округінің жалпы орта білім беретін мектеп директорымен және Алматы қаласы №53 мектеп-гимназиясының мұғалімімен сұхбат жүргізілді. Гимназияның негізгі мәселелері жаңа форматтағы қиындықтар, бір жерде оқулықтар мен бағдарламалардың сәйкес болмауы, қағазбастылық болса, ал ауылдық өңірдегі мәселе мүлдем басқа. Батыс Қазақстан облысы, Бөрлі ауданы, Қарағанды селолық округінің жалпы орта білім беретін мектеп директоры былай дейді: «Бастауыш сыныпты елестетіп көріңізші, онда екі бала 2-ші сыныптан, бір бала 3-ші сыныптан және үш бала 4-ші сыныптан отырады. Яғни, жиынтық сыныптың үш параллельі отырады. Мұғалім әр сабаққа үш сабақ жоспарын дайындайды. Егер оның төрт пәні болса, онда ол бір жұмыс күніне 12 сабақ жоспарын дайындайды. Бірақ ол 1 сабақ үшін жалақы алады. Несі әділетті? Қала мектептерінде параллельдер бар және мұғалім өз пәнін тек 2-3 сыныптарда жүргізеді. Параллельдер жоқ ауылдық мектептерде мұғалім 5-тен 9/11-ге дейінгі сыныптарда сабақ өткізуге мәжбүр, сонымен қатар бір пән емес, екі-үш пән жүргізеді. Егер бір сабаққа дайындалу үшін мұғалімге кем дегенде 2-3 сағат қажет болса, мұғалімге 7 сабақ пен барлық сабақ жоспарларын дайындауды елестетіп көріңіз. Әдетте мұғалім жұмыстан 6-7 сағатта кетеді, ол барлық жұмысты өздерімен бірге алады, өйткені мектептерде қолайлы жағдай, жеке кабинеттер, зертханалар жоқ. Біз ауылдық жерде тұратынымызды ұмытпауымыз керек, мұнда шаруашылық, пеш, көмір және т. б., сондықтан мұның бәрін ауыл мұғалімі қашан жасайды?» Бұл екі жағдайдың айырмашылығы жер мен көктей болғанымен, мұғалімдердің, жалпы білім саласы мамандарының негізгі мақсаты - білім беруді күшейту, дамыту екендігі қуантады.

Тағы да талқыланған мәселелердің бірі - білім беру саласындағы басқару жүйесі. Бұл жүйеге өзгерістер енгізілуі керек екендігі айтылды. Басқарудағы өзгерістер білім беру ұйымдарындағы жағдайларды теңестіруге көмектеседі. Қазақстанда оқу жетістіктерінің сапалық сипаттамасы өңірлер бойынша да, бір ауданның немесе облыстың мектептері арасында да ерекшеленетіні белгілі. Басқару мен қаржыландырудағы айырмашылықтарға байланысты кітаптар мен оқу материалдарымен, жаңа модификацияланған кабинеттермен, компьютерлермен немесе жөндеу жұмыстарымен қамтамасыз ету деңгейінде айырмашылықтар бар. Осыдан білім берудің тиімділігі бұзылады, қаржыландыруда сәйкессіздік орын алады және т.б. Сондықтан басқару орталықтандырылып жүзеге асырылуы, қаржыландыруды теңестіру және арттыру кешенді түрде шешіліп отыруы қажет.

Орта білім беру жүйесіндегі теңсіздік мәселелерін шешу үшін ұсынымдар, олар келесідей:

–Орта білім беруде жалпы білім беретін мектептерді Назарбаев зияткерлік мектептеріндегі оқыту деңгейіне жеткізу керек.

–Оқушылардың сындарлы ойлау, өзіндік ізденіс және ақпаратты терең талдау дағдыларын игеруі оқытудың нәтижесі болуы тиіс

–Жаңа жағдайда, жаңа форматта сабақ өткізу көп қаражат талап етеді, (қағаз, ұйымдастырушылық техника, көшірмелер және т.б.) бұл қажеттіліктерді мемлекет қамтамасыз етуі қажет.

–Ең бастысы, балалардың дамуына, олардың ойлау қабілеттеріне көбірек көңіл бөлу керек, сондықтан білім берудің жаңартылған мазмұнының идеясы баланың дамуы үшін, осы әлемді бағдарлай білуі үшін, өмірде және жұмыста қажет болатын білімді алуы үшін қажет болуы тиіс.

Қорытынды

Қорытындылай келе мемлекет гимназиялар мен орта мектептердің білімін бір деңгейде дамытып, оқу бағдарламасын бірдей етіп жасауы керек, яғни гимназияда да, жалпы орта мектепте де оқушыларды беделді мектептерден ажыратпай, мектеп бағдарламасын ұсынуы керек. Жалпы орта мектепті бітірген оқушы ЖОО-ға кедергісіз түсуіне мүмкіндіктер жасалынуы тиіс.

Біздің еліміздегі білім деңгейін жақсарту үшін Үкімет белгілі бір университеттерді бітірген студенттерге шетелге біліктілігін арттыру үшін көмектесуі, жаттықтыруы және жіберуі керек, өйткені кез-келген адам оған қол жеткізе алмайды, көбірек гранттар бөліп, түрлі олимпиадалар ұйымдастырып, олар қандай мамандыққа маманданса, техникамен жабдықталуы керек. Сыбайлас жемқорлықтың алдын алуы қажет. Бақытымызға орай, қандай жағдай болмасын білім алуға ұмтылатын және мұғалімдер кейде түсіндіре алмайтын тақырыптарды өздері зерттейтін оқушыларда жоқ емес!

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. ҚР президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың 2019 жылы 2 қыркүйекте парламент палаталарының бірлескен отырысында «Сындарлы қоғамдық диалог - Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі» атты Қазақстан халқына Жолдауы.

2. Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 27 шілдедегі № 319 Заңы.

3. Национальный доклад о состоянии и развитии системы образования Республики Казахстан, 2016 год. – Астана: АО «ИАЦ», 2017. – Б. 26.

4. Об особенностях организации образовательного процесса в общеобразовательных школах Республики Казахстан в 2017–2018 учебном году: Инструктивно-методическое письмо. Астана: Национальная академия образования им. Алтынсарина, 2017. – Б. 359–360.

5. Альмагамбетова Л. С., Кабдирова А. А. Мониторинг трудностей педагогов в понимании содержания, методов и форм организации учебного процесса в условиях обновления содержания образования Республики Казахстан // Образовательный процесс. – 2017. – № 2. – С. 12–17.

6. 2021 жылы 26 ақпанда ҚР Президентінің қаулысымен бекітілген Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі Ұлттық даму жоспары.

COMPARATIVE ANALYSIS OF CURRENT TRENDS IN STAFF MOTIVATION

Issakhan A.D.

KazNU named after al-Farabi, HSEB
«7M04112 - Management», 1 course

Scientific adviser: Kupeshova S.T.
c.e.s., senior lecturer

Abstract

This article presents current trends in motivation of workers, which is common for all industries. The aim of the research is to define and compare all tendencies of labor motivation in contemporary economy. The methodological basis of the study were the methods of summarization, grouping, comparison and generalization, which were used during the analysis of scientific literature. The method of research of current trends was applied - analysis and synthesis methods while constructing comparative table and discussing research results. By summarizing all of the founded scientific literature 5 recent trends in personnel motivation were revealed. Main findings of research are trends and their cause of occurrence, their main features and information about which

industries it covered. Also, on the example of big organizations real cases of presence of tendencies were given. Further, based on these current trends in sphere of personnel management, it is possible to develop appropriate method for motivating workers of enterprises in different fields. Its implementation will increase the productivity of workers and, in general, efficiency of production activities.

Keywords: personnel motivation, staff motivation system, motivational factors

Introduction

With the changes taking place in the world, in our country, in enterprises and in people, approaches to labor activity are also changing, including personnel management and, specifically, motivation for work. The reasons for the changes lie in various factors, but the key reason is changes in people. The new generations, called “Y and Z” by experts, are quite different from the generation 20th century. The motivation system is subject to the influence of external factors that make adjustments to the strategies of enterprises, and, accordingly, to their motivational programs.

The relevance of the topics on that needs are constantly changing, therefore you cannot expect that the motivation system that worked effectively for a certain period, will be effective in the future. With the development of personality, its opportunities, needs for self-improvement and self-expression also expanded, that is, the process of motivation through the way to meet the needs can be considered unlimited.

The problem of labor motivation worried many well-known economists. The need to use a motivational mechanism for enterprises was proved by all scientists. However, there was not found a single approach that would become universal for any organization. Human motives and needs tend to increase, so it is necessary to use a variety of methods of motivation and stimulation of labor employees of the enterprise. Modern realities oblige company leaders to adapt to them, taking into account the difference in generations, changes in the principles and requirements for work. There new ways of motivation and new tools are appearing. In this research article, the most popular approaches used in recent years in enterprises are considered, analyzed and compared, in order to study current trends in staff motivation.

In the first part of article, the literature review was conducted about general concept of motivation, its types and about meaningful theories of motivation. In the second part, new trends in motivation are listed, also there are given detailed information about their causes of appearance and development. Finally, types of popular solutions to introduce and adjust the motivation system are recommended on the example of foreign experience.

Literature review

Today there are a considerable number of definitions of the concept of motivation. Generalizing, it can be determined that motivation is the process of stimulating employees to work, which involves the use of human behavior motives to achieve personal or organization’s goals (Rulyev, 2016). It is a set of internal and external driving forces that motivate a person to activity, set boundaries and forms of activity and focused this activity on achieving certain goals. The impact of motivation on human behavior depends on many factors, in many ways it can change individually under the influence of feedback from human motives and activities. (Kryzhko, Pavlyutenkov, 2001)

Staff motivation, occupying one of the central places in personnel management, is also one of the main factors in increasing their productivity. In modern conditions, the problem of studying the dependence of labor productivity on staff motivation is solved in a qualitatively new way, since there is a wide variety of business areas that differ both in the nature and content of activities. This explains the increased interest in the problem of personnel motivation in enterprises.

The content and form of employee motivation methods depend on a professional, competent work motivation system at the enterprise, the general management system in the organization, the specifics of activities of the company, as well as on the development and application of modern theories of staff motivation, that is, an integrated approach is needed to improve the motivation subsystem (Tokareva, 2021).

According to A.M. Kolot, the leading role in the process of motivation belongs to human needs, which in general can be considered as a combination of three main groups: material, labor and status. Therefore, it is legitimate to divide motivation into material and non-material (labor, status).

Material motivation is the most common and easiest way to reward employees. Material motivation should be understood as the desire for prosperity, a certain level of well-being, a material standard of living. It is a system of material incentives for labor (wages, bonuses, compensation, vacation pay, etc.). And its purpose is to ensure the ratio of remuneration of employees with the quantity and quality of their work. Material motives, of course, play an crucial role in defining the labor behavior of employees, but this does not mean that non-material incentives and motives are secondary. Modern business practice indisputably shows that the role of non-material motives and incentives is constantly growing.

The importance of non-material motivation is also confirmed by the works of O. S. Ivanilov. The scientist sees that since the beginning of the XX century, the methods of material motivation, having become widespread due to the development of technology, the rise in the level of well-being and education of people, are gradually beginning to weaken. People are starting to pay attention to other factors of increasing labor efficiency. Therefore, there was a need to use social and psychological aspects of motivation (Ivanilov,2015). Non-material motivation includes such types of incentives as career advancement, commendations, diplomas, medals, special titles, flexible work schedules, labor protection, participation in decision-making, training, advanced training, payment for communications, lunches, vouchers, etc. An important impetus to the use of intangible motivation is provided by the limited financial capabilities of enterprises and the need for constant cost reduction.

Before current studies about motivation, there was foundational basic theories of motivation. Considering meaningful theories of motivation of Maslow, Hertzberg, Alderfer and McClelland, we can draw the following conclusion: despite the significant differences, these theories have something in common. It allows us to establish certain parallels between them. We can draw conclusions about the mechanism of human motivation based on distinctive features of theories, which is studying the needs and giving their classification. Comparing the classifications, it can be noted that the groups of needs identified in various theories correspond quite definitely to each other.

One can also point out two common characteristics inherent in them:

a) a specific view of motivation, confirmed by empirical research and used for a long time in management practice clearly set out by each of these theories (especially by the theories of Maslow and Herzberg);

b) all theories of meaningful motivation practically do not pay attention to the analysis of the motivation process and focus on the analysis of the factors underlying motivation.

The need to study meaningful theories of motivation lies in the fact that it is on their basis that it is possible to create methods for analyzing the needs of employees in any team, namely, needs encourage a person to work for an organization and, contributing to its development, achieve their own goals.

Since 2020 due to the global changes in the world, especially after worldwide pandemic situation, there are developed new approaches of motivating personnel. Everything now is changing and being studied. However, there is a small amount of researches about present trends in staff motivation. That is why, author set the task to explore this research topic in more depth.

Materials and method

The main data sources comprise articles in newspapers and the popular press. Also as an information base were used: sources of scientific and educational literature, scientific articles on database Scopus and in specialized journals that correspond to the subject research, specialized sites on the Internet. Through a comprehensive search, we collected as much information as possible about the ongoing tendencies in motivational system of personnel. This study is explorative with a qualitative approach. Our data collection based on secondary data sources, which are widely used

for high-quality research (Johnston, 2017). Indeed, secondary data is perhaps more appropriate for this study, because first-hand data could not provide comprehensive knowledge about the contemporary slant in motivational system.

Methods of conducting analysis consist of 2 parts. In the first part of this research new trends in staff motivation are identified. First of all, through using key words, such as “current trends” and “staff motivation” we found some relative research articles on Google Scholar and Scopus database. Another additional information was taken from articles on electronic web-sites. Then, by summarizing all of these data 5 recent trends in personnel motivation were revealed.

In the next section, comparative table of actual trends in employee motivation has been compiled by using methods of analysis, synthesis, comparison and systematization. As a result, we got a table with the reasons for the appearance of these tendencies, their distinctive characteristics and an information about which industries they cover. Also in this table given some examples of big companies, where these trends have been noticed.

Results and discussion

As the changes in people and in their behavior takes place, new ways of motivation are developed. To study current trends of personnel motivation more common approaches, used in recent years in enterprises are considered. This section presented thematically to indicate the findings, which are summarized in table 1.

Table 1

Summary of findings

Trends in motivation	Cause of occurrence	Distinction	Industries covered	Real cases
Significance of non-material tools	motivation features of Z generation	<ul style="list-style-type: none"> • savings on material incentives • good positive mood of employees 	Sales sphere and customer service companies	experience of IT industry leaders: Google, Apple, Facebook offices
Shorter cycles in the schemes of material rewards	<ul style="list-style-type: none"> • Y and Z generations prefer short tasks and quick results • High dynamics of the external/internal environment • shortening of the average work hours of employees • loss of expediency of long payments and inflation 	Material motivation of staff can be of two types - monetary and non-monetary.	Commercial enterprises, and in retail trade	Facebook has a rule: post about the achievements of your team at the end of each day. Once a week, founder and CEO Mark Zuckerberg announces the names of the best. Winners in the only "fix of the week" category are given tickets to a baseball game or a concert by a famous band
Development of employee's personal brand	<ul style="list-style-type: none"> • 92% trust the opinions of people more than companies (Nielsen) • 82% are more 	<ul style="list-style-type: none"> • The employee becomes a media specialist, participates in forums, conferences, 	Sales sphere and customer service companies	<ul style="list-style-type: none"> • Rostelecom is implementing the "Rostelecom Experts" project

	<p>likely to buy from a company with active social media (Sprout Social)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 77% will buy from a personal communications company (BRANDfog) 	<p>thereby pumping the employer's brand.</p> <ul style="list-style-type: none"> • helps to retain talented specialists in the company. 		<ul style="list-style-type: none"> • Coca-Cola - introduced a special employer branding program for employee ambassadors.
Creation of additional sources of income	<ul style="list-style-type: none"> • 69% of Z generation would like to have their own business (VK Business) • up to 20% of all employees in 2025 are freelancers, self-employed (Ernst & Young) • +46% of the global recruitment market by 2025 (TalentTech) 	<p>This is an interesting mechanic that can be used to increase motivation and keep employees in the company's circuit.</p>	All spheres	<ul style="list-style-type: none"> • Unilever has allocated internal bonuses with cash compensation to proactive employees. • Airb&b is preparing for an IPO. Employees who have been working in it since its inception (2008) are about to get rich, including the cleaner. The employee may dispose of the received shares in any way. Moreover, if an employee performs well, he can get more shares.
Gamification	<p>Introducing of gamification's elements into motivation systems by companies, that cannot yet afford specialized IT solutions</p>	<ul style="list-style-type: none"> • team unification; • increases interest in daily work; • makes relationships with friends warm • quickly adapts to the work of beginners; • allows you to conduct training in a non-standard form. 	All spheres	<p>the use of gamification in interviews at Uniqlo contributed to the increase the interest of candidates, the creation of a favorable atmosphere among completely unfamiliar each other people.</p>

Source: compiled by the author.

One of the most popular trend of the modern world is increased **significance of non-material tools** of employee motivation. The main reason for this is the motivation features of Z generation. A lot of researches show that the level of employee engagement directly affects the company's profit. In its turn the involvement of employees mostly is the result of non-material motivation. In this regard, the costs of enterprises for this type of motivation increases every year.

Another tendency of our time can be recognized as **shorter cycles in the schemes of material rewards**(Koshkina, 2020). And this trend also is influenced by Y and Z generation, who don't like to wait. Employees of these generations prefer short tasks, the solution of which will not be delayed, and the result will be visible quickly.

Another reason for the formation of such a tendency is the external environment, its variability and impact on the well-being of the nation. High dynamics determines the increased requirements for employees in terms of their qualification skills and results, therefore, in this case, a certain difficulty is formed to earn up to a sufficient amount of money to obtain the necessary benefits (Mineva, 2017).

Also, the next reason for the occurrence and development of the tendency is the reduction of the average working hour of employees. If earlier it was believed that the more an employee works in one place, it indicates his diligence and ability to adapt, now completely different principles rule. Today, employees rarely hold on to their place, especially if there are factors that do not suit them. Of course, this can not be attributed to every industry. Commercial enterprises are most susceptible to this, and in retail, staff turnover is already a common thing (Nesterenko, 2020).

Development of employee's personal brand – one of the well spreading tendency not only in Kazakhstan, but also in foreign countries. It occurs when company invest to the expert track.

Pros:

- development of a personal brand and personal career at the expense of the company;
- with a positive effect - promotion of the employer's brand;
- average investment and an additional pool of brand advocates.

Risks:

- extra time to work with a personal brand;
- redistribution of the employee's time for additional non-core activities;
- potential negative associations with reference to the company's brand.

Creation of additional sources of income.

Pros:

- multi-employment and internal sources of income for an employee in one company;
- lack of additional investment in the search for resources and predictability.

Risks:

- missed opportunities - the company is more likely to offer an average level of payment compared to market offers;
- company's dissatisfaction with the level of quality of the task performed;
- changing employee priorities.

Another trend in motivation is **gamification**. Currently, gamification has become a fairly popular technique used in various fields of activity. Promotion with points, ratings, corporate virtual currencies with the possibility of real monetization, the use of game moments, small gifts – this is something that can be realized without significant expenses, and more and more companies are coming to this.

Gamification helps to motivate personnel for companies in many aspects. It can be useful both at interview stage and at working stage. One of the good example of this is shown in interview process of the company Uniqlo. The initial interview with candidates is conducted by a chatbot, at the 2nd stage a group interview is conducted an interview during which gamification tools are actively used. In particular, after watching a short introductory video about the company, brand presentation, a story about its history, values and goals, a game was organized, during which tasks were offered, for completion of which the participants received stickers, which at the end of the meeting could be exchange for branded items: pens, notebooks, T-shirts, thermoses.

The more activity - the more stickers. At the end of the meeting, the atmosphere was very friendly, it seemed everyone feels at home. Thus, at the interview stage, the company uses such gamification elements like points (in our case, stickers) and rewards (branded items).

Conclusion

Thus, questions of motivation are very important and sensitive in enterprises. External factors have great impact on the motivation system and make adjustments to the strategies of enterprises, and, accordingly, to their motivational programs. In modern realities, company leaders must to adapt to them, taking into account the difference in generations, changes in the principles and requirements for work. There are new ways of motivation, new tools.

However, the developments that currently exist, both in Western and in domestic companies allow to develop and fill the motivation system with effective and working tools that correspond to the modern world.

As a result of the analysis of the above data, it is possible to make conclusion, that new tendencies of staff motivation are appeared in modern society. They are caused by changes in generations, in life-styles and many other socio-economical, behavioral situations. Generally, in this article 5 common tendencies in personnel motivation are identified. They are: significance of non-material tools, shorter cycles in the schemes of material rewards, development of employee's personal brand, creation of additional sources of income and gamification. In connection with the above data in table 1, it can be concluded, that mostly in sales sphere and customer service companies, such trends as an increasing significance of non-material tools and employee's personal brand are developed. Other given tendencies were noticed in all spheres of business, especially in commercial enterprises and in retail trade.

Further, based on these current trends in sphere of personnel management, it is possible to develop appropriate method for motivating workers of enterprises in different fields. Also, new staff motivation system and development strategy can be formed with taking into account these actual tendencies in motivation. Its implementation will increase the productivity of workers and, in general, efficiency of production activities.

REFERENCES

1. Belousova A.E. (2019). Gamification as staff motivational tool: case Uniqlo. The 2th International Conference on Digitalization of (DSEME-2019), 10-11.
2. Ivanilov O. S. (2015). Economics of the enterprise: textbook. [for stud. higher textbook head.]. RSL "Pashkov House", 728.
3. Johnston, M.P. (2017). Secondary data analysis: a method of which the time has come. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries* 3 (3), 619-626.
4. Kolot A. M. (2014). Staff motivation: textbook. M.: higher school, 337.
5. Koshkina Yu. A. (2020). Forms of personnel motivation and methods of its evaluation. *Synergy N.* № 54, 349-355.
6. Kryzhko V.V., Pavlyutenkov E.M. (2001). *Psychology in the practice of a manager*. St. Petersburg: KARO, 304.
7. Mineva O.K., Akhunzhanova I.N., Mordasova T.A. (2017). *Personnel management of the organization: technologies of personnel development management: textbook*. Infra-M, 539.
8. Nesterenko I. E. (2020). Motivation in the modern practice of personnel management. *Наука, творчество, инновации*, 104-108.
9. Nesterenko I. E., Nadina K. A. (2020). Science, creativity, innovations: Collection of scientific works of scientists, teachers, undergraduates, students and practitioners. Krasnodar: Federal State Budgetary Institution "Russian Energy Agency" of the Ministry of Energy of Russia Krasnodar Central Research Institute - branch of the Federal State Budgetary Institution "REA" of the Ministry of Energy of Russia, 104-108.
10. Rulev V. A., Gutkevich S. O. (2016). *Management: textbook allowance*. M.: Academy, 312.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ: ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ И СТРАТЕГИИ УДЕРЖАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Миятбек Ә.

Казахский национальный университет им. аль-Фараби
Высшая школа экономики и бизнеса
Магистрант 1^{го} курса специальности «Менеджмент»

Аннотация

Это исследование направлено на то, чтобы понять причины текучести кадров для выработки стратегии удержания сотрудников в организации. Основные результаты исследования показывают, что у сотрудников есть несколько причин, по которым они покидают свои рабочие места, такие как стресс на работе, не удовлетворенность работой, отсутствие гарантий занятости, рабочая среда, мотивация, заработная плата и вознаграждение. Текучесть кадров ведет к денежным потерям организации и может негативно повлиять на производительность, устойчивость, конкурентоспособность и прибыльность организации. Для недопущения текучести руководители организации должны научиться понимать потребности своих сотрудников, учитывать это обстоятельство в разработке и принятии эффективных стратегий с целью повышения производительности труда сотрудников и снижения текучести кадров. Реализация таких стратегий повысит удовлетворенность сотрудников работой, повысит мотивацию и производительность отдельных лиц и организаций.

Ключевые слова: Намерение оборота, стресс на работе, удовлетворенность работой, рабочая среда, стратегии удержания

Введение

Текучесть кадров является серьезной проблемой для многих организаций по всему миру и является актуальной в современных условиях острой глобальной конкуренции. Текучесть кадров отрицательно сказывается на производительности и прибыльности организации – это с одной стороны. С другой стороны, текучесть кадров увеличивает шансы потерять хороших сотрудников. Поэтому удержание ценных квалифицированных сотрудников очень важно для работодателей, которые считают таких сотрудников необходимым важным ресурсом, обеспечивающим успех организации. Для работодателей текучесть кадров всегда была ощутимым препятствием не способствующим эффективному управлению организацией [1].

Существуют последствия, связанные с текучестью кадров, которые выражаются в прямых затратах на найм, понесенных при поиске замены между моментом увольнения сотрудника и его заменой, потерей производительности при уходе сотрудника и снижением производительности нового сотрудника во время обучения работе. Высокий уровень безработицы затрудняет поиск подходящей работы для людей, снижает производительность и рождение инноваций как для отдельного человека, так и для организации. Это может негативно сказаться на экономическом развитии страны. Поэтому текучесть кадров является серьезной проблемой не только для организаций, но и для правительства.

Обсуждение проблемы

Существует несколько причин, по которым работники покидают работу или организацию, а именно: сотрудники чувствуют, что их работа или рабочее место не то, что они ожидали, существует несоответствие между работой и человеком. При этом очень мало обучения и обратной связи, очень мало возможностей для роста и прогресса. Кроме того, сотрудники чувствуют себя обесцененными и непризнанными, испытывают стресс из-за переутомления и дисбаланса между работой и жизнью, и последней причиной является потеря доверия к руководителям.

Доверие важно для поддержания производительности и благополучия сотрудников организации. Недоверие является причиной того, что сотрудники не делятся своими знаниями и опытом с другими членами организации, что существенно влияет на эффективность организации. Имеются и другие факторы: отсутствие карьерного роста и развития, не высокая заработная плата, межличностные конфликты с коллегами, плохая кадровая политика и личные причины, вызывающие намерение измениться. Текучесть

кадров является серьезной проблемой для компаний из-за затрат, возникающих в результате смены кадров и может негативно повлиять на производительность организации.

Некоторые факторы, связанные с работой, являются одной из причин текучести кадров [2]. Это неудовлетворенность условиями труда, споры о надзоре, конфликты в расписании или неравенство в оплате труда. И работодатели могут понять причины текучести кадров, выявлять и решать проблемы внутри организации.

На решение сотрудников уйти с работы влияет множество переменных, которые можно разделить на внутренние и внешние переменные. Внутренние переменные включают такие моменты, как предполагаемая организационная поддержка, удовлетворенность оплатой труда, административная поддержка и организационная привлекательность. Внешние переменные включают: баланс между семьей и работой, рынком труда и макроэкономическими факторами; удовлетворенность текущей работой, доступность рабочих мест и т.д. Негативная оценка текущей занятости так же может привести к неудовлетворенности работой, мыслям об увольнении. Причинами увольнения могут стать стресс на работе, сложная работа и неудовлетворенность работой.

Причины удержания на рабочем месте могут быть разными, например, определяться карьерными возможностями доступными в организации, наличием программы наставничества для сотрудников и организационной коммуникационной политики, достойной заработной платой и предоставлением различных льгот. Так же было обнаружено, что групповая сплоченность влияет на текучесть кадров и имеет положительную связь с удовлетворенностью работой. Размер группы так же оказывает влияние на текучесть кадров. Так, она увеличивается в больших группах с низкой сплоченностью, а в малых группах была меньше, так как сплоченность в таких группах была высокой.

Рабочий стресс – это напряжение, которое влияет на эмоции, мысли и физическое состояние человека. Следовательно, текучесть кадров может быть следствием эмоционального выгорания из-за продолжительного рабочего дня, вызывающего стресс. Сотрудники, которые работают сверхурочно, чаще предпочитают увольняться с работы, чем сотрудники работающие от звонка до звонка. Сотрудники, испытывающие стресс на работе, менее удовлетворены своей работой и чаще рассматривают возможность увольнения с работы. С другой стороны, стресс является не только следствием рабочего места, но и может быть вызван дисбалансом между работой и личной жизнью или конфликтом между работой и семьей. Баланс между работой и личной жизнью — это способ совместить работу и личную жизнь.

Таким образом, сотрудники могут покинуть организацию из-за сильного стресса, вызванного переутомлением, и ограниченного личного времени, которое они могут проводить вне работы [3]. Кроме того, выгорание на работе – это хронический стресс, которому работник может подвергаться на рабочем месте. Измерениями выгорания являются эмоциональное истощение, цинизм и неэффективность среди сотрудников. Выгорание часто является причиной намерения сотрудников уйти с работы. Более того, выгорание на работе имеет серьезные последствия для сотрудников, ведет к различным расстройствам, в т.ч. бессоннице.

Есть некоторые свидетельства того, что лидеры и менеджеры могут влиять на текучесть или удержание сотрудников. А такие факторы как, изменение стиля управления, напряженность в отношениях с другими сотрудниками и недоверие, а также недостаток силы руководства вызывают текучесть кадров. На решения сотрудников уйти влияет поведение лидера. Неадекватное руководство может снизить энтузиазм и неудовлетворенность сотрудников. Поведение и действия менеджеров, а также их неудовлетворенность могут повлиять на намерения сотрудника остаться или уйти.

Причина, по которой новые сотрудники покидают организацию, заключается в том, что менеджеры не позволяют сотрудникам участвовать в сложных задачах.

Причины текучести сотрудников обобщены и резюмируются в таблице 1.

Причины текучести сотрудников [4]

	Причины
1	Обучение и обратная связь
2	Факторы, связанные с работой
3	Доверие
4	Стресс на работе
5	Сложная работа
6	Удовлетворение от работы
7	Рабочая обстановка
8	Семейное давление
9	Зарплата
10	Сплоченность и размер группы
11	Лидеры и менеджеры

Принципы и убеждения сотрудников влияют не только на производительность, но и на общую эффективность и результативность, а также характер задач и сотрудничество. Текучесть кадров является дорогостоящей проблемой с точки зрения организации из-за затрат на поиск и замену сотрудников. Высокая текучесть кадров сокращает количество сотрудников начального уровня, вынуждая использовать временных работников, негативно влияет на производительность и конкурентоспособность и препятствует развитию навыков. Кроме того, текучесть кадров может оказать негативное влияние на операционные расходы и сохранение навыков, необходимых для поддержания деловых операций и конкурентного преимущества. Нехватка талантливых и квалифицированных сотрудников может привести к проблеме управления, которая по цепочке окажет влияние на производительность, прибыльность и качество продуктов и услуг. С точки зрения рабочих, высокий уровень увольнений может повлиять на рабочие отношения, моральный дух и безопасность труда. Так сокращение количества сотрудников начального уровня, вынуждает использовать временных работников, что негативно повлияет на производительность и конкурентоспособность и будет препятствовать развитию навыков. Нехватка талантливых и квалифицированных сотрудников может привести к проблеме управления, которая влияет на производительность, прибыльность и качество продуктов и услуг. [5].

Организации уделяют большое внимание текучести кадров, поскольку она оказывает огромное влияние на их функционирование. Высокая текучесть кадров может оказать серьезное влияние на бизнес, как в финансовом, так и в эмоциональном плане. Так найм и обучение замещающих сотрудников может стоить компаниям от 50% до 60% годовой зарплаты сотрудника, и расходы на этом не заканчиваются. Каждый раз, когда сотрудник покидает компанию, производительность снижается из-за кривой обучения, связанной с работой и пониманием организации, что влияет на прибыльность организации. Точно так же способность других сотрудников выполнять свои обязанности может быть затронута, когда сотрудник покидает организацию. Таким образом, текучесть кадров, вызванная отсутствием управления, негативно повлияет на организацию с точки зрения затрат на персонал и в долгосрочной перспективе повлияет на ее ликвидность.

Многие исследования уделяют внимание изучению влияния текучести кадров на обслуживание и удовлетворенность клиентов. Работа с удовлетворенностью клиентов является одним из показателей эффективности компании. Более того, удовлетворенность клиентов становится важной из-за высококонкурентной среды в сфере продвижения и продажи готовой продукции. Удовлетворенность является критическим фактором успеха организаций, а также стимулом для покупки или использования услуги и имеет важное значение для достижения конкурентного преимущества.

Некоторые исследователи обнаружили, что удовлетворенность клиентов связана с удовлетворенностью сотрудников. А когда сотрудники удовлетворены своей работой, они лучше обслуживают клиентов. То есть существует прямая связь между удовлетворенностью сотрудников и удовлетворенностью клиентов. По мере увеличения текучести кадров удовлетворенность клиентов снижается. Неудовлетворенность сотрудников определенно приведет к неудовлетворенности клиентов. Таким образом, сотрудники являются частью движущей силы удовлетворенности клиентов. Например, розничная торговля – это одно из тех мест, где сотрудники напрямую взаимодействуют с покупателями, и это наиболее важно для любого бизнеса. Текучесть кадров в организации может повлиять на обслуживание клиентов из-за негативного влияния на эффективность, что приводит к потере человеческого капитала и снижению уровня обслуживания клиентов организации. Кроме того, текучесть кадров может иметь негативное влияние на оставшихся, поскольку им необходимо делить время между обучением новых сотрудников и выполнением регулярных задач, что, в свою очередь, приводит к снижению эффективности и производительности сотрудников в организации. Следовательно, в то время как организация нанимает нового сотрудника, обладающего квалификацией в своей новой работе, обслуживание клиентов будет страдать, поскольку клиенты будут получать услуги от тех новых сотрудников, которые менее опытные и менее осведомлены, чем бывшие сотрудники, и, следовательно, менее осведомлены о цели клиентов.

Исследование так же показало, что текучесть кадров негативно влияет на продажи и прибыль и что эта взаимосвязь опосредована конкретной эффективностью, такой как время ожидания клиентов, например в индустрии быстрого питания и т.д. Скорость текучести кадров также привела к увеличению пищевых отходов, производимых в индустрии быстрого питания и ресторанах. Когда сотрудник обладает большими знаниями и подготовкой, он гарантирует, что клиенты останутся лояльными к организации и ее бренду дольше. Поддержка сотрудников и высшего руководства рассматривается как внутренние факторы удовлетворенности и удержания клиентов.

Условия на рабочем месте определяются как среда, в которой сотрудники готовы выполнять свою повседневную работу и деятельность и адаптироваться к физической и нефизической нагрузке. Рабочая среда является одним из факторов, которые могут повлиять на решение работника остаться в хорошей среде или уйти в плохой. Высокая текучесть кадров может привести к снижению морального духа сотрудников из-за переутомления сотрудников, у которых увеличилась рабочая нагрузка и обязанности из-за отсутствия активных или квалифицированных сотрудников. Другая проблема заключается в том, что новые сотрудники могут страдать от низкого морального духа, поскольку им трудно освоить новые рабочие обязанности и процедуры. Поэтому компании становится сложно привлекать и удерживать таланты мирового уровня.

Руководство должно уделять особое внимание тому, чтобы избежать текучести кадров, которая контролируется, в качестве стратегии улучшения удержания сотрудников. Чтобы сократить текучесть кадров и сохранить таланты, организации должны сосредоточиться на внедрении различных методов здорового рабочего места, что включает в себя вовлечение сотрудников в процесс принятия решений, предоставление адекватных возможностей для роста и развития, обеспечение баланса между работой и личной жизнью, адекватную заработную плату, а также внедрение различных программ охраны труда и других льгот.

Влияние текучести кадров привлекло значительное внимание со стороны высшего руководства, специалистов по кадрам и промышленных психологов. Согласно теории человеческого капитала, Беккер предлагает инвестировать в человеческий капитал как ключ к увеличению прибыли и производительности сотрудников, а также благосостояния сотрудников, поскольку это приведет к высокой производительности в организации. В результате это может принести пользу, как сотрудникам, так и организациям. Кроме того, высокая стоимость текучести кадров убедила организации в необходимости усилий по

удержанию, развитию и продвижению сотрудников. Следовательно, становится все более и более важным, чтобы сотрудники научились понимать друг друга и эффективно и гармонично работать вместе.

Установлено, что вовлеченность и принадлежность сотрудников приводят к большей мотивации сотрудников и в то же время укрепляет организацию. Более того, участие сотрудников в решении проблем и принятии решений может привести к повышению производительности, улучшению отношения к работе, снижению невыходов на работу и текучести кадров. Кроме того, изменения в системах управления и поведении старших менеджеров, а также изменения в организационных переменных, таких как шкала льгот, участие сотрудников, рабочая среда, которые могут представлять ценность для сотрудника и могут снизить текучесть кадров. Организации обычно развивают навыки сотрудников, и они часто уходят, прежде чем в полной мере использовать свои таланты и свой вклад в организацию, они уходят из своих организаций без достаточной отдачи от крупных инвестиций, которые были в них сделаны [6]. Организации должны заинтересовать своих сотрудников, чтобы добиться огромного прогресса в их опыте, что повысит и повысит креативность и увеличит прибыль.

Организация может повысить эффективность своих сотрудников несколькими способами. Это могут быть программы обучения, постоянная мотивация на рабочем месте, расширение прав и возможностей сотрудников, программы продвижения и премирования. Организации стали больше заинтересованы в том, чтобы избежать текучести кадров, и это могло быть достигнуто за счет профессионального обучения, которое повысило бы производительность и удержало бы сотрудников, обучая интенсивной задаче для менеджера. Со временем это может увеличить сильные стороны сотрудника, уменьшить слабые стороны и помочь сотруднику полностью реализовать свой потенциал, так что это принесет пользу сотруднику, менеджеру и организации в целом. Руководители могут способствовать выявлению целей и принципов компании для сотрудников с помощью программ обучения, направленных на снижение текучести кадров. Неудовлетворенность сотрудников, прогулы и текучесть кадров могут быть значительно снижены, если сотрудники будут настолько хорошо обучены, что они могут чувствовать мгновенное удовлетворение от чувства выполненного долга и знаний, которые развивают их способности. Таким образом, работодатели заинтересованы в сохранении своих нынешних сотрудников. Организации, как правило, пытаются найти способы создания и расширения встроенных рабочих мест, которые повысят уровень удержания и снизят затраты, связанные с набором, обучением и текучестью кадров.

Хорошее рабочее место – это место, где сотрудники и менеджеры работают вместе, чтобы постоянно улучшать и способствовать благополучию, что будет вызывать общее одобрение в организации. Сильные социальные отношения в рабочей среде повысят удовлетворенность сотрудников работой и производительность, создадут чувство принадлежности и приведут к снижению стресса, который побуждает сотрудников оставаться в организации. Большая удовлетворенность работой может снизить текучесть кадров в организации.

Позитивная рабочая среда включает в себя обучение сотрудников и политику, ориентированную на семью. Политика, ориентированная на семью, включает в себя гибкость на рабочем месте, например, когда, где и как сотрудник работает, и это положительно влияет на решения сотрудников оставаться. Организации должны избегать негативной рабочей среды. Участие в работе можно выделить как важный элемент в развитии лояльности и привязанности, что приводит к снижению скорости текучести кадров. Вовлеченность в работу относится к психологической связи работника с его работой, такой как интерес и участие в работе. Кроме того, люди, демонстрирующие активную вовлеченность в работу, также считают работу важной частью своей идентичности. Текучесть кадров зависит от вовлеченности в работу. Более высокая вовлеченность в работу снижает текучесть кадров. Во многих предыдущих исследованиях

удовлетворенность работой была предиктором многих переменных, включая удовлетворенность клиентов, лояльность, производительность и приверженность. В поддержку, что удовлетворенность работой является важной частью поведения и среды организации, повышая при этом общую производительность организации.

Заключение

Существует множество причин, по которым сотрудник уходит с работы, и некоторые из этих причин включают недостаточную подготовку или отсутствие обратной связи, факторы, связанные с работой, отсутствие доверия, высокий рабочий стресс, менее сложную работу, низкую удовлетворенность работой, плохую рабочую среду, давление семьи, низкая заработная плата, большая рабочая группа и плохие лидеры и менеджеры. Организация должна понимать потребности своих сотрудников, что поможет организациям принять правильные стратегии для повышения производительности сотрудников и снижения текучести кадров. Существует несколько стратегий удержания сотрудников, таких как хорошие системы управления, обеспечение обучения, участие в работе, удовлетворенность работой, предоставление вознаграждений и льгот, высокая вовлеченность в работу, хорошие системы управления и активное участие сотрудников. Применение этих стратегий обеспечит повышение производительности отдельных сотрудников и организаций. Для системы человеческих ресурсов более эффективно продвигать компетентность, мотивацию и возможности среди сотрудников для обеспечения устойчивой работы сотрудников.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. А. Белете, Факторы, влияющие на намерение сотрудников: эмпирический обзор работы, *J. Entrep. Organ. Manag.*, т. 2, с. 07, нет. 2018. Т. 03. С. 23–31. doi: 10.4172/2169-026X.1000253.
2. Н.Э. Алиас, С. Исмаил, Р. Отман и В.-Л. Кое, Факторы, влияющие на намерение оборота в малайзийской производственной компании, *KnESoc. наук*, вып. 3, нет. 10, с. 771, октябрь 2018 г., doi: 10.18502/kss.v3i10.3171.
3. Дж. Д. Смит, Успешные стратегии сокращения текучести кадров в ресторанной индустрии, 2018 г.
4. А. Хусейн Alkahtani, Исследование факторов, влияющих на намерение текучести кадров: обзор существующих эмпирических работ, *Int. Дж. Автобус. Манэг.*, т. 2, с. 10, нет. 12, с. 152, 2015, doi: 10.5539/ijbm.v10n12p152.
5. Аль Мамун К.А., Хасан М.Н. Факторы, влияющие на текучесть кадров и рациональные стратегии удержания в организации бизнеса: концептуальный взгляд // Пробл. Перспектива. Манэг., т. 2, с. 15, нет. 1. С. 63–71, 2017. doi: 10.21511/ppm.15(1).2017.06.
6. А. Ф. Шлехтер, К. Сайс и М. Буссин, Прогнозирование добровольной текучести кадров с использованием демографических характеристик: тематическое исследование в Южной Африке, *ActaCommer.*, vol. 16, нет. 1, 2016 г., doi: 10.4102/ac.v16i1.274.

КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫН СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАСҚАРУ

Садықжан А. Н.

ҚазҰУ, Экономика және бизнес жоғары мектебі факультеті,
Менеджмент мамандығының 2-курс магистранты.

Ғылыми жетекші: Аширбекова Л. Ж.
э.ғ.к., доцент

Кіріспе

Кәсіпорынның инновациялық қызметі — бұл өнімдер мен қызметтерді түрлендіру, сапасын арттыру, технологияны жетілдіру және кәсіпорын қызметін ұйымдастырмақсатында инновацияларды енгізуге бағытталған қызмет.

Кәсіпорынның инновациялық қызметі оның жаңашыл қызмет түрлерін, жаңа өнімдерді, технологияларды, өндірістік, қаржылық, коммерциялық, басқарушылық, ұйымдастырушылық-техникалық және әлеуметтік-экономикалық шешімдерді алу мақсатында ғылыми-техникалық жетістіктерді енгізу және пайдалану қабілетін көрсетеді.

Инновациялар кәсіпорынға өнімнің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ете отырып, пайданы арттыруға, өтпелі кезеңде банкроттық тәуекелін төмендетуге, экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.[1]

Кәсіпорынның инновациялық қызметін әзірлеуде, енгізуде, жаңалықтарды пайдалануда қосылатындары:

— жаңа идеяны әзірлеу, зертханалық ғылыми жұмыстар, өнімнің жаңа зертханалық үлгілерін, техниканың жаңа түрлерін, жаңа конструкцияның және бұйымдарды дайындауда ғылыми-зерттеу және конструкциялық жұмыстарды жүргізу;

— өнімнің жаңа түрлерін дайындау үшін шикізаттар мен материалдардың қажетті түрлерін таңдау;

— жаңа өнімді дайындауда технологиялық процесті әзірлеу;

— қажетті өнімді дайындау үшін жобалау, жасау, сынақтардан өткізу және жаңа техниканың үлгілерін енгізу;

— жаңалықтарды іс жүзіне асыруға бағытталған ұйымдастырушылық-басқарушылық шешімдерді әзірлеу және енгізу;

— қажетті ақпараттық ресурстарды және инновацияны ақпаратпен қамтамасыз етуді зерттеу және әзірлеу;

— қажетті ғылыми зерттеу және конструкторлық жұмыстарды жүргізу үшін дайындау, оқыту, жаңа мамандық беру және қызметкерлерді арнайы әдіспен іріктеу;

— лицензиялау, патенттеу, ноу-хау жұмыстарын жүргізу немесе қажетті құжаттарды алу;

— инновацияны жетілдіруді ұйымдастыру және маркетингтік зерттеулерді жүргізу.[2]

Зерттеудің өзектілігі, қазіргі уақытта инновациялар кәсіпорын қызметінің барлық салаларының белсенді буыны болып табылады. Көптеген ғалымдар инновация экономикалық және әлеуметтік дамудың негізгі қозғаушы күшіне айналды деген пікірмен келіседі. Инновациялық қызмет кәсіпорынды дамудың жаңа, жоғары сатысына алып келді.

Әдебиеттерге шолу

«Инновация» ұғымын ғылыми айналымға енгізіп, оған сипаттама бере отырып, Й.Шумпетер өзінің "экономикалық даму теориясы" атты еңбегінде классикалық "бес типтік өзгерісті" атап өтті:

1. Тұтынушы әлі таныс емес жаңа өнімді немесе қолданыстағы өнім сапасының жаңа деңгейін енгізу.

2. Ғылыми жаңалықтарға негізделген немесе өнімді немесе шикізатты коммерциялық пайдаланудың жаңа тәсілі бола алатын жаңа өндіріс әдістерін енгізу.

3. Бұл нарық бұрын болған ба, жоқ па, оған қарамастан, белгілі бір елдің белгілі бір өндіріс саласында әлі кірмеген жаңа нарықтың ашылуы.

4. Шикізаттың немесе жартылай фабрикаттардың жаңа көзін алу, бұл көздің бар-жоғына қарамастан, немесе ол жаңа ғана жасалды.

5. Белгілі бір саланы ұйымдастырудағы өзгерістерді іске асыру, атап айтқанда, монополиялық позицияны иелену (мысалы, трасттарды құру арқылы) немесе оны жоғалту.

Й. Шумпетердің айтуы бойынша, «инновация-бұл кәсіпкер жүзеге асыратын өндіріс шарттары мен факторларының жаңа үйлесімі».[3]

Жалпы "инновация" терминін әртүрлі жолмен түсіндіруге болады, оның шексіз тұжырымдары мен анықтамалары бар. Инновация ұғымын зерттей зеле Ресей ғалымдары Т.И. Балабанов, И. А. Борисенко, В. И. Винокуров, В. Д. Дорофеев және В. А. Древясников,

С. В. Ильенкова, А. Н. Коровина, В. Г. Медынский, А. В. Сурин және О. П. Молчанова, Р. А. Фатхутдинов «инновация- түпкілікті нәтиже немесе процесс» деген қорытындыға келді.[4]

Әлемдік өркениетті қамтыған инновациялық даму кәсіпорындардың бәсекегеқабілеттілігін үнемі арттыру және ұстап тұру қажеттілігінен туындап отыр. Бұл ретте, инновацияларды енгізу кәсіпорындарға нарықта тиімді бәсекеге ие болауға, жаңа тұтынушыларды тартуға, қаржылық тиімділік көрсеткіштерін жақсартуға септігін тигізеді. Осыған орай кәсіпорынның инновациялық дамуында стратегиялық басқарудың рөлі артып келеді. Стратегиялық басқару кәсіпорынның және оның өнімдерінің нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін қолдауға және дамытуға бағытталған.

Стратегиялық басқару ұғымын зерттеуде отандық және шетелдік ғалымдардың берген анықтамалары бар. Олардың кейбіріне тоқтала кетсек. «Оксфорд» сөздігінде стратегиялық басқару дегеніміз кәсіпорын қызметінің нәтижелілік деңгейін бәсекелестер деңгейінен ұзақ мерзімді жоғарылатуға әкелетін іс-әрекеттерді әзірлеу және іске асыру ретінде түсіндіріледі.

Американдық зеттеушілер Шендел мен Хаттен стратегиялық басқаруды «тандалған мақсаттарды іске асыруда, сондай-ақ ұйымдар мен оның бөлімшелеріне нәтижелі әрекет етуге көмек беретін ресурстарды бөлу арқылы сыртқы ортамен қарым-қатынастың қолайлы жағдайына қол жеткізудегі әрекеттерден тұратын процес» ретінде қарастырды.

Хиггенс бойынша, стратегиялық басқару - ұйымның қоршаған ортамен өзара әрекеттесуін басқару арқылы ұйымның миссиясын жүзеге асыру мақсатында басқару процесі.

Ресей ғалымдары С. А. Кузнецова мен В. Д. Маркованың анықтамасына сәйкес, стратегиялық басқару-бұл стратегиялық шешімдерді қабылдау және жүзеге асыру процесі, оның орталық буыны стратегиялық таңдау болып табылады.[5]

Зерттеу әдістемесі

Кәсіпорынның инновациялық дамуын стратегиялық басқаруды арнайы зерттеу әдістемелерін қолдана отырып жүзеге асырамыз. Мұндай әдістемелердің көптеген түрлері бар. Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін жоғарылату үшін, сондай-ақ бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін кәсіпорынға ең тиімді әдістерді қолдана отырып зерттеу жүргізуіміз қажет. Кәсіпорын қызметіне талдау әдістемесімен зерттеу жүргізу - зерттеудің ең тиімді әдістерінің бірі. Осыған орай зерттеудің әдістемесі ретінде кәсіпорынға инновациялық стратегияны енгізу және кәсіпорынның тиімді жұмыс атқаруы үшін ұсынылатын стратегияларды салыстыра отырып, олардың ең тиімдісін анықтап, таңдап аламыз, яғни, салыстырмалы талдау жасаймыз және талдаудың ең көп қолданылатын әдістерінің бірі Swot-талдауды қолдануымызға болады.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Нарықтық экономикада өз дәрежесін сақтап қалу үшін кәсіпорындар түрлі стратегиялар қолданады. Бәсекелестік ортада озып шығу үшін 2 түрлі стратегияны қолдана аламыз: шабуылдаушы және қорғаныстық.

Қорғаныстық стратегия - бәсекелестерге кіруді болдырмау, бәсекелестің қадамына қарсы тұру, бәсекелесінен озып кету үшін қосымша мүмкіндіктер қосу арқылы жаулап алуға қарсы қорғаныс стратегиясы.

Қорғаныстық стратегиясының екі бағыты болады:

1. Имитациялық (еліктеу) стратегиясында бәсекелестердің ғылыми-техникалық жетістіктерін пайдалану арқылы жаңалықтар енгізуден туатын қауіп-қатерліктерді азайтуға назар аударылады. Кәсіпорын нарықты үнемі байқап отырады, жаңа өнім пайда болуын күтіп отырады және ресурстарын ұқсас өнім немесе оның прототипін (түп тұлға) өндіруге жұмылдырады.

2. Күту стратегиясы. Кәсіпорындар осы стратегияны өзінің ұйғарымы бойынша осы нарықтан кетуді жоспарлағанда немесе басқа бәсекелес осы нарықта қолайлырақ орналасқанда, өз өндірісін жүргізу арқылы қолданады.[6]

Шабуылдық бәсекелік стратегия – бұл саладағы өзгерістерді белсенді түрде жүзеге асырудан тұратын корпоративті стратегияның түрі.

Шабуылдық стратегияның төрт бағыты болады:

1. Рационализациялау стратегиясы. Бұл жаңалықтар енгізу үшін ресурстардың өсуін талап етеді. Жаңа технологияға сынақ жүргізуге пайдаланатын бағалық және венчурлік компанияларға қаржымен қолдау көрсетіледі.

2. Квотаны (шығаратын өнімнің санын) дифференциациялау стратегиясы. Бұның мақсаты – жоғары пайданы сақтап, кәсіпорын үшін нарықтың елеулі бөлігін қамту. Жоғары пайданың негізін тұрақты инвестициялар құрайды. Осының көмегімен кәсіпорын өз өнімінің бағасын төмендетіп, оған тұтынушылық сұранысты өсіруді көздейді.

3. Инновациялық стратегия өнім мен қызметтердің жаңалануын және инновацияларды жаңа өнімдер және технологияға енгізуді көздейді. Инновациялар өнімдік және технологиялық болып бөлінеді. Өнімдік инновация жаңа өнім бағасын көтеру арқылы кәсіпорынға өз пайдасын барынша көбейтуге мүмкіндік береді. Технологиялық инновациялар өндірілген өнімнің өзіндік құнын төмендету арқылы және өнімнің сапасы өскенде, оның өзіндік құнының артық өсуіне жол бермей, пайданы барынша көбейтуге көмектеседі.

4. Нарықтық қуыстарды меңгеріп оларды толтыру стратегиясы. Бұл бағытты жүзеге асыру ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізумен, елеулі шығындар жасаумен және іскерлік тәуекелдікпен байланысты. [7]

Төмендегі кестеде қорғаныстық және шабуылдаушы стратегияларына салыстырмалы талдау көрсетілген.

Кесте 1

Қорғаныстық және шабуылдаушы стратегиялар айырмашылығы

Қорғаныстық стратегия	Шабуылдаушы стратегия
Бәсекелестермен еркін нарықтық кеңістік жасау, серіктестік құру	Нарықтық кеңістіктегі бәсекелесермен ашық күрес
Бәсекелестерден қорықпау мүмкіндігі	Бәсекелестерді жеңу
Қолданыстағы сұранысты пайдалану	Жанасұранысты құру және оныменгеру
“Құндылық – шығындар” сай болу керек	“Құндылық” қана маңызды
Бәсекелесінен озық шығу үшін қолда бар мүмкіндіктерді пайдалану	Бәсекелесінен озық шығу үшін инновациялар мен қосымша мүмкіндіктерді қосу.
Ескерту: әдебиет негізінде автормен құрастырылған.	

Егер таңдалған стратегияның негізінде тұрақты бәсекелік артықшылық болса ұйым қызметі табысты болады.

Талдаулардың ішіндегі ең тиімдісі SWOT-талдау. Бұл талдау – кәсіпорынның бәсекелестеріне қарағанда күшті және әлсіз жақтарын, сонымен қатар оның қызметіне әсер ететін сыртқы факторларды анықтау. Бұл талдау компания жағдайын анықтап, мүмкіндіктерін арттыру үшін төнген күштер мен әлсіздіктерді азайтып, қандай бағытта жұмыс істеу керектігін анықтайды.

Күш – бұл кәсіпорынның жетістігі. Ол кәсіпорынның дағдысы, тәжірибесі, ресурстары, жетістіктері (жақсы тауар, кемелденген технология, клиенттерге қызмет көрсетудің жоғарғы деңгейі, тауар маркасының танымалдығы) ретінде болуы мүмкін.

Әлсіздік – компаниядағы маңызды функцияның жоқтығы, басқалармен салыстыру мүмкіндігінің болмауы.

Күшті және әлсіз жақтар анықталған кезде, екі тізім де мұқият зерттеліп және бағаланады.

Күшті жақтар кәсіпорын үшін стратегия құру барысында маңызды, өйткені олар дағдарысқа қарсы стратегияда қолданылуы мүмкін.

Нарықтық мүмкіндіктер мен қауіптер де кәсіпорынның дағдарысқа қарсы стратегиясын анықтайды. Ол үшін салалардың барлық мүмкіндіктері бағаланады, олар кәсіпорынның әлуетті түсімін қамтамасыз етуі мүмкін және қауіптер, кәсіпорынға кері әсер етуі мүмкін. Мүмкіндіктер мен қауіптер кәсіпорынның жағдайына әсер етіп қана қоймай, сонымен қатар олар стратегияға қандай өзгеріс енгізу керек екенін көрсетеді. Дағдарысқа қарсы стратегия болашақты ескере отырып мүмкіндіктерге сай және қауіптен қорғануды қамтамасыз ету керек.

SWOT-талдаудың барлық түрлері стратегиялық жоспардың ең қолайлы және сенімді құралы болып табылады. Маркетингтің стратегиялық курстарында SWOT-талдауға аса көп көңіл бөлінеді. Кәсіпорынның стратегиялық тәртібі мен бәсекелес ортасын зерттеуде басқа да шешімдер шықса да, соған қарамастан SWOT-талдау белсенді әрі өнімді қолданылып жүр.

SWOT-талдау әдісі тиімді, қол жетімді және ұйымдағы мәселелер мен басқару жағдайын бағалаудың арзан тәсілі.

Кәсіпорын жетістікке жету үшін маркетингтік стратегия мен тактиканы нақты анықтау қажет. Ал оны анықтау үшін кәсіпорын қоршаған орта мен ішкі ортаны нақты бағалау керек. Осының бәрін дұрыс бақылауға SWOT-талдау көмектеседі.

60жылдардан бастап қазіргі кезге дейін SWOT-талдауы стратегиялық жоспарларда кеңінен қолданылып келеді. Әрбір бизнес жоспарда, әрбір маркетингтік жоспарда SWOT-талдау бөлімі болу керек. Төменде SWOT-талдау жүргізу технологиясына мысал 2-кестеде келтірілген.[8]

Кесте 2

SWOT-талдау жүргізу технологиясы

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Толық қуатты өндіріс Еуропадағы тұрақты дистрибуторлық желі. Зерттеулер жүргізу үшін қаржылық ресурстардың болуы	Өндірістік шығындар Ұлыбритания фабрикаларына қарағанда, Германия фабрикаларында 15%-ға жоғары. Басты бәсекелестерде ауқым әсері көбірек. Жапон өндірушілері электроника саласында алдыңғы қатарда
Мүмкіндіктері	Қауіптері
Еуропалық танымал сауда маркасы. Жылдам өсуші еуропалық нарық. Ірі бөлшек сауда компанияларының эксклюзивті жабдықтаушыларды іздеуі	Жапон маркаларының технологиялық бейнесі жоғары және нарықтың көшбасшысы болып табылады. Сандық фотография пленкалық фотографияларға қарағанда үстемдік етуде Қытай және Корей өндірушілері арзан аппараттар нарықтарына шығуда
Ескерту: әдебиет негізінде автормен құрастырылған.	

Қорытынды

Сонымен, инновация дегеніміз - жоғары технологияны қолдану ғана емес, сонымен қатар, басқару шешімдері саласында да жаңашылдықтарды енгізу. Бұл үшін жаңабасқару технологиялары негізінде кәсіпорындарды басқару жүйесін қайта ұйымдастыру қажет. Икемді жұмыс істеуге ниет білдірген кәсіпорын инновациялық тәсілдерді пайдалану қажеттілігіне сөзсіз келеді. Қазіргі инновациялық процесс күрделі көп аспектілі сипатқа ие. Сондай-ақ, кәсіпорынның ресурстық және зияткерлік әлеуеттерінің нарықтың үнемі өзгеріп отыратын қажеттіліктеріне сәйкестік дәрежесіне бақылау жүргізуді үздіксіз жүзеге асыру қажет.[9]

Қорытындылай келе, нарықтық экономикасы дамыған барлық елдерде кәсіпорынның инновациялық дамуын стратегиялық басқаруды қолдау мемлекеттік ғылыми-техникалық және экономикалық саясаттың басым бағыттарының бірі болып табылады.

Жалпы алғанда, инновациялық қызметті жүзеге асыру әр елдің экономикасының дамуы үшін үлкен маңызға ие, әлемнің барлық елдерінің ұлттық экономикаларының экономикалық дамуын болжау инновациялық дамудың қаншалықты басым екендігіне байланысты.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Keith Goffin and Rick Mitchell. Innovation Management: Effective strategy and implementation. 2016. 21-22 р.
2. В.Я.Горфинкель. Инновационное предпринимательство. 2020 -48 ст.
3. С.В.Короткий. Инновационный менеджмент. 2018-12 ст.
4. А. К. Казанцев. Основы инновационного менеджмента теория и практика. 2016. 116 ст.
5. И.К. Ларионов. Стратегическое управление / Учебник для магистров. 2019. -48 ст.
6. В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. Стратегический менеджмент. 2014. -128 ст.
7. Р. А. Фатхутдинов. Инновационный менеджмент, 6-е изд. 2018. -448 ст.
8. Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. Стратегический менеджмент. 2012. - 526 с.
9. О.В. Трофимов, Т.В. Трофимова, Ю.И. Ефимычев. Методика выбора стратегии инновационного развития промышленного предприятия. 2016. -48 ст.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ КАЗАХСТАНА

Мадиярбек А.Ж.

КазНУ им. аль-Фараби, Высшая школа экономики и бизнеса
Государственное и местное управление, магистрант 2 курса

Научный руководитель: Кантарбаева А.К.
Профессор-международник

Быстро меняющиеся социально-экономические реалии требуют от государственных институтов обновления своих задач и методов. Правительство должно не только перестроить существующую государственную управленческую систему, но и сосредоточиться на совершенствовании системы государственного управления и повышении её эффективности. Одним из инструментов, который может измерять эффективность и результативность деятельности учреждений государственной службы является институт оценки эффективности, дающий возможность рассматривать деятельность учреждений государственной службы через призму следующих задач:

- Достижения стратегических целей;
- Уровня качества предоставляемых государственных услуг;
- Бюджетной эффективности.

В 2019 году Всемирный банк (ВБ) разработал и опубликовал поэтапные рекомендации оценки «Рамочная стратегия партнерства с Казахстаном на 2020-2025 гг.» [3]. По идее ВБ изначально госорганы должны были установить четкие целевые показатели стратегического плана, а также показатели для достижения поставленных целей. Кроме того, он предлагал ежегодно проводить оценку эффективности деятельности органов государственной власти, которая увязывала бы их с новейшей системой оплаты труда и карьерного роста на государственной службе.

Было отмечено, что отсутствие юридической базы оценки эффективности государственного управления препятствует ее совершенствованию и развитию. Оценка эффективности государственного управления нацелена на улучшение благосостояния и качества жизни населения. На практике многие государства используют собственный

подход. Но разница между ними незначительная. Их можно разделить на две основные модели: "результативные" и "затратные".

Модели управленческой оценки органов государственной власти представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Модели управленческой оценки органов государственной власти

Критерии	Затратная	Результативная
Объект	Исследуется эффективность расходования бюджетных средств	Исследуются результаты выполнения государственных программ и проектов
Определение бюджетных средств	Критерии оценки необходимых финансовых ресурсов: - проект доходов и расходов; - доходы и расходы отчетного периода; - инфляция.	Объем бюджетных средств распределяется в соответствии с результатами
Характер	План-факт анализ доходов и расходов	План-факт анализ результатов
Получение оценочных показателей	Показатели соответствия смете доходов и расходов, нецелевого расходования бюджетных средств	Показатели выполнения количественных и качественных задач
Примечание: составлена автором		

Модель результативной оценки ориентирована на управление результатами и используется для определения высокого порога затрат. Чаще всего государство осуществляет свою функцию через бюджет. При этом стороны представителей власти и получателей бюджета не вступают в противоречия. Эта модель может также обеспечить органам государственной власти определенную степень самостоятельности в процессе принятия решений.



Рисунок 1 - Анализ динамики расходов на государственное управление и их доля в ВВП (в период 2014-2021 гг.)

Примечание: составлено автором на основе данных «The KDZ Centre for Public Administration Research» [1]

На основе представленного анализа динамики расходов на государственное управление (Рисунок 1) в развитых странах расходы на содержание органов государственной власти увеличиваются и составляют значительную долю ВВП.

Развитые страны обеспечили высокую производительность труда работников государственных учреждений за счет эффективных систем их мотивирования и

роста заработной платы. Размер оклада в рассматриваемой системе определяется на основе двух показателей:

- разряд (уровень) с разбивкой по должностям (квалификация) сотрудников;
- ступени определяются в соответствии с возрастом (стажем) сотрудника.

С 2016 года система оценки обновила свою методологическую модель, сосредоточившись на двух аспектах: оценке результатов и поддержке ключевых реформ государственного управления. Под результатами работы подразумеваются не только достигнутые стратегические показатели, но и услуги, предоставляемые гражданам. На этой основе система оценки включает следующие основные блоки, перечисленные на Рисунке 2.



Рисунок 2- Блоки системы оценки эффективности органов государственной власти
Примечание: составлено автором на основе данных «Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан»[2]

Достижение целей – достижение поставленных на год стратегических задач и увязка целей стратегического планирования и бюджета – шаг к введению «результативного» бюджета, позволяющего оценить эффективность расходования бюджетных средств.

Взаимодействие с физическими и юридическими лицами – качество и сроки оказания государственных услуг, предпринятые меры по рассмотрению и удовлетворению обращений граждан. Кроме того, оценивается «открытость» государственного органа: Качество и сроки предоставления государственных услуг, а также меры, принимаемые по рассмотрению и удовлетворению обращений граждан. Для оценки «открытости» органов государственной власти необходимо располагать информацией:

- о количестве опубликованных данных;
- о наличии информационных ресурсов для поддержки диалога с гражданами (веб-сайты, блоги, опросы, пресс-конференции);
- о полноте раскрытия информации о бюджетном финансировании.

В рамках оценки проводится общественный мониторинг качества предоставленных населению услуг с помощью анонимных опросов.

Организационное развитие – эффективность деятельности органов государственной власти как учреждения оценивается путем руководства персоналом органа государственной власти и использования в его работе информационных систем. Проводятся анонимные опросы государственных служащих с целью получения информации об их мотивации и управленческих практиках в государственных учреждениях, уровне рабочей нагрузки и удовлетворенности условиями и заработной платой.

Резюмируя, отметим, что вопрос оценки эффективности государственных органов в Республике Казахстан, несомненно, требует проработки. Фактически, когда стоимость эксплуатации системы управления высока, интерес общественности к информации об эффективности ее деятельности является обоснованным. Необходимо обеспечить объективность оценки, облегчить реализацию плана и целенаправленно использовать

выделенные средства. Напротив, научные оценки эффективности, безусловно, имеют практическую ценность, позволяя определить стоимость и достоверность принимаемых решений, а также оценить конечный результат. При оценке эффективности на уровне госрегулирования общество имеет возможность контролировать качество деятельности, осуществляемой органами государственной власти. Руководители и служащие органов госслужбы приобретают инструменты для самоконтроля и совершенствования управленческих процессов. Проблема такого самоконтроля связана с формированием системы показателей, которая способна объективно отразить качественные характеристики работы государственных органов, уровень компетентности, эмоционального интеллекта и эмпатии государственных служащих, а также уровень доверия населения страны к проводимой правительством политике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРНЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. The KDZ Centre for Public Administration Research. European Governance and Urban Policy | Blog. Cost and Effectiveness of Public Administration in Europe. Интернет-ресурс: www.kdz.eu
2. Указ Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года № 954. О Системе ежегодной оценки эффективности деятельности центральных государственных и местных исполнительных органов областей, городов республиканского значения, столицы. Интернет-ресурс: adilet.zan.kz
3. Всемирный Банк. Рамочная стратегия партнерства с Казахстаном на 2020-2025 гг. Интернет-ресурс: www.vsemirnyjbank.org

СЫРТҚЫ ОРТАНЫҢ ТУРБУЛЕНТТІГІ ЖАҒДАЙЫНДА ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫН ДАҒДАРЫСҚА ҚАРСЫ БАСҚАРУ

Кунар А.У.¹, Болатбек Е.Ә.²

¹Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ,
Мемлекеттік және жергілікті басқару, 3-курс студенті

²Алматы қаласы әкімі аппаратының бас инспекторы

Ғылыми жетекші: Жайназар Ә.Ж.
э.ғ.м., оқытушы

Дағдарысқа қарсы басқару мәселелері қазір басты назарда болып тұр. Ғалымдар мен практиктердің ойлары бір жерден шығуы, бір мәселені алға тартуы айтулы жағдай. Өйткені, олардың арасындағы тығыз ынтымақтастықтың болмауы халық шаруашылығының әртүрлі салаларында негізсіз, асығыс және дұрыс емес басқару шешімдерін қабылдауға әкелуі мүмкін. COVID-19 коронавирустық инфекция пандемиясының карантиндік шектеулерінен туындаған 2020 жылғы дағдарыс, әлемдік нарықтардағы энергия бағасының және оған сұраныстың төмендеуі Қазақстан экономикасының құлдырауына әкелді. Сонымен қатар, осы факторлардың қосындысы экономикалық белсенділіктің, халықтың өмір сүру деңгейінің, сатып алу қабілетінің төмендеуіне әкеліп, мемлекет кірістерінің айтарлықтай төмендеуіне әкелді. Жағдай сол уақытта денсаулық сақтау жүйесін және халықтың әлеуметтік қорғалмаған топтарын қолдауға мемлекеттік шығындардың өсуімен қиындады. Бұл тұрғыда аймақтандыру процестері жеделдетілген қарқынмен дами бастады, оған Қазақстан белсене араласты. Қазақстан үшін сыртқы экономикалық саясат құралдарын пайдалану, оның ішінде көпвекторлы ынтымақтастық жаңа нарықтарға шығуды қамтамасыз етті, бұл мұнай мен газ экспортынан жоғалған кірістердің жоғалуын азайтуға мүмкіндік берді. 2021 жылы қалпына келтіру өсімі экспортқа бағдарланған экономиканың дәстүрлі ресурстық моделі контекстінде бұл тәсілдің тиімділігін көрсетті. Ал, 2022 жылдың наурыз айының басында қазақстандық экспорттаушылар Ресейге қарсы еуропалық санкциялардың жағымсыз салдарларына тап болды. Қазақстанға еуропалық тауарлардың бір бөлігі Ресей арқылы транзитпен

келетіндіктен, Еуроодақ салған санкциялар республикаға кері әсерін тигізуде. Қазақстан импортының 40%-ы және экспортының 29%-ы ЕО үлесіне тиетіні хабарланған. Қазақстаннан Еуропаға жүк тасымалдаудың жаңа транзиттік бағытын табу үшін уақыт қажет. Дегенмен, жаңа транзиттік жол ресей арқылы тасымалдаудан қымбат болатыны белгілі. Бұл өз кезегінде, қазақстандық экспорттаушылар үшін шығынмен қатар жүретін қазақстандық тауарларды жеткізу тізбегіндегі үзілістерге әкеледі.

Дағдарысқа қарсы шаралардың айту үшін оның негізгі себептерін анықтауымыз қажет. Ол әрине жаһандық дағдарыс пен жетекші нарықтардағы проблемалар мен байланысты.

Коронавирус әсерінен болған 2020 жылғы жаһандық дағдарыста, жапон экономикасы үшінші тоқсанда төмендеді, бірақ сонда да 2,1% жылдық өсуді көрсетті. АҚШ-та ЖІӨ-нің жылдық өсімі 4% құрайды, бюджет тапшылығы соңғы 8 жылдағы ең төменгі деңгейге дейін төмендеді. ЕО-да экономика екінші тоқсанда 0,4%-ға өсті, жыл соңында болжам 1,5%-ға дейін жақсарды – бұл көп емес, бірақ орасан зор еуропалық экономика үшін оң аймақта қалу қазірдің өзінде жақсы көрсеткіш.

Осылайша, әлемнің барлық ірі экономикалары өсуі әртүрлі жылдамдықпен және әртүрлі проблемалармен бетпе-бет келеді, бірақ жалпы алғанда, оларда болып жатқан оқиғалар дағдарыстан алыс. Қазір экономикада жаһандық құлдырау байқалмайды, керісінше басқа тенденция бар – дамушы елдер жаһандық өсімдегі көшбасшылықты дамыған елдерге жоғалтып алуда. АҚШ пен ЕО-дағы жағдай жақсырақ болған сайын, бір кездері тез дамып келе жатқан дамушы нарықтар әлсіз көрінеді. Дегенмен, олардың барлығы емес: дамушы елдердің арасында көпшілігі жақсы нәтиже көрсетуді жалғастыруда. Қытайдан бөлек, мысалы, бірінші жартыжылдықта Үндістанның ЖІӨ-нің 7%-ға, Вьетнам экономикасының үшінші тоқсанда 6,5%-ға өскенін атап өтуге болады.

Осылайша, проблемаларды бастан кешіретін елдердің шеңбері экономикасы шикізат экспортына бағытталған елдерге дейін тарылады. Атап айтқанда, бұл рецессияға енген Ресей мен Бразилия, өсу қарқынын екі есе төмендеткен Нигерия мен Ангола. Қазақстан да осы санатқа жатады. Біздің мемлекеттеріміз өзінің табыс үлгісін шикізат экспортынан түсетін кірістердің есебінен құрды. Демек, проблемалар біздің экономикаларымыздың құрылымының ерекшеліктерінен туындап отырғаны анық.

Бүгінгі таңда дамыған капиталистік елдерде шаруашылық жүргізуші субъектілерді дағдарысқа қарсы басқарудың нысандары мен әдістері жеткілікті түрде дамыған. Сондықтан дағдарысқа қарсы басқарудың ең сипатты аспектілеріне тоқталуымыз керек, олар мыналарды қамтиды.

1. Дамыған елдерде нарықтың экономиканың негізгі сипаттамалары нақты қалыптасқан және банкроттықты керіс әсер тигізуші ретінде емес, керісінше, ел экономикасының қалпына келтірілуі ретінде қарастырылады. Осыған байланысты 2022 жылдың 30 желтоқсанында «Қазақстан Республикасы азаматтарының төлем қабілеттілігін қалпына келтіру және банкроттығы туралы» Заңға қол қойылды. Заң 1 қаңтарда ресми түрде жарияланды. Заң жобасын әзірлеу барысында жеке тұлғалардың банкроттығы институты қалыптасқан елдердің тәжірибесі сараланып, тиісті нормалар алынды.

2. Дамыған елдерде мемлекеттік сектордың деңгейі салыстырмалы түрде төмен. Осылайша, Ұлыбританияда, Германияда, АҚШ-та мемлекеттік сектордың үлесі шамамен 12-13%, ал Италия мен Францияда сәйкесінше 20 және 24% құрайды. Бұл көлік, энергетика және коммуникация сияқты инфрақұрылым салаларында ғана. Дамыған елдерде бірлескен мемлекеттік-жекеменшік кәсіпорындар мен ұйымдардың құрылуы мен жұмыс істеуі кеңінен тарады.

Дағдарысқа қарсы басқару – процестерін белсенді мемлекеттік реттеу ұйымдардың (кәсіпорындардың) табысты жұмысын қамтамасыз етуді, дәрменсіз ұйымдарды қаржылық сауықтыруды және ең соңында олардың банкроттық процесін реттеуді білдіреді. Мұндай мемлекеттік реттеу әсіресе төтенше дағдарыстық жағдайларда күшейтіледі.

Тәуелсіздік жылдарынан бергі дағдарыс кезеңдеріндегі Қазақстан экономикасының кейбір негізгі көрсеткіштері:

1) ЖІӨ қысқаруы: Қазақстанның ЖІӨ 2016 жылы 1,2%-ға, 2017 жылы 0,9%-ға қысқарды. Алайда 2018 жылы экономика өсе бастады және кейінгі жылдары бұл үрдісті жалғастырды.

2) Сауда балансының нашарлауы: Мұнай бағасының төмендеуіне байланысты Қазақстанның экспорты төмендеді, ал импорт күшті болып қалды. Соның салдарынан елдің сауда балансы нашарлады.

3) Жұмыссыздықтың өсуі: Мұнай өндірудің және басқа ресурстардың төмендеуі жұмыс орындарының қысқаруына әкелді, бұл елдегі жұмыссыздық деңгейінің өсуіне әкелді.

4) Ұлттық валютаның әлсіреуі: Қазақстан теңгесі дағдарыс кезінде айтарлықтай әлсіреуіне ұшырады, бұл инфляцияға және елдегі экономикалық жағдайдың нашарлауына әкелді.

5) Экономикалық реформалар: Дағдарыс кезінде Қазақстан үкіметі инвестициялық ахуалды жақсартуға, мемлекеттік бағдарламаларды тиімдірек етуге, мемлекеттік шығындарды азайтуға бағытталған реформаларды жүзеге асырды.

Қиындықтарға қарамастан, еліміз экономиканы мұнай бағасының құбылуына және басқа да экологиялық факторларға төзімді ету үшін экономиканы жаңғыртуға және көлік, туризм, ақпараттық технологиялар және т.б. сияқты түрлі салаларды дамытуға ұмтылуын жалғастыруда.

Кез келген басқа экономикадағы сияқты Қазақстан болашақта әртүрлі экономикалық дағдарыстарға тап болуы мүмкін, соның ішінде:

–Мұнай бағасының құлдырауы: Қазақстан мұнай мен газ экспортына тәуелді болып калуда, бұл экономиканы әлемдік нарықтардағы осы шикізат бағасының ауытқуына осал етіп қалдырады. Мұнай бағасының құлдырауы ел экономикасына кері әсерін тигізіп, мемлекет пен бизнестің кірісінің азаюына әкелуі мүмкін.

–Жаһандық экономикалық дағдарыс: Жаһандық экономикалық дағдарыстар, әсіресе экспортталатын тауарларға сұраныстың төмендеуіне әкелсе, Қазақстан экономикасына кері әсерін тигізуі мүмкін.

–Валюта бағамының ауытқуы: Қазақстан теңгесі бұрын айтарлықтай айырбас бағамының ауытқуына ұшырап, нәтижесінде инфляция мен экономикалық мәселелер туындады. Валюта бағамының күрт өзгеруі болашақта қайталанып, ел экономикасына кері әсерін тигізуі мүмкін.

–Қаржылық дағдарыстар: Қазақстанның банк жүйесі де қаржылық дағдарыстарға тап болуы мүмкін, бұл ел экономикасына және қаржы институттарына сенімге кері әсерін тигізуі мүмкін.

Осындай дағдарыстардың салдарын жұмсарту және экономиканың тұрақтылығын арттыру мақсатында Қазақстан үкіметі экономиканың әртүрлі салаларын дамыту, қаржы жүйесін нығайту, реформаларды жүзеге асыру және инновациялар мен кәсіпкерлікті қолдау бойынша жұмысты жетілдіруі керек деп есептейміз.

Қазақстан экономикасы нарықтық қатынастарды ырықтандыру мен дамытудың жоғары деңгейімен, ұлттық нарықтарға шығу кедергілерінің төмендігімен, қолдау институттары дамыған шағын және орта бизнестің белсенді секторымен, күшті банк секторымен сипатталады. Елімізде айтарлықтай көмірсутегі қорлары бар, шетел капиталы басым дамыған отын-энергетика саласы экспортқа бағдарланған ресурстық экономиканың дәстүрлі құрылымын сақтай отырып, ауқымды инвестицияларға, технологияларды тартуға және экспорттық әлеуетті қамтамасыз етуге жағдай жасайды деп жалпылама түрде сипаттауға болады. Дегенмен дағдарыс экономиканың бәсекеге қабілетсіздігімен байланысты, ал жалғыз бәсекелестік артықшылықтың – шикізаттың жоғары бағасының жойылуы оның катализаторына ғана айналды. Сондықтан экономикадағы тиімсіз кәсіпорындарды мемлекеттік қолдауды және басқа да шығындарды азайту шаралары сөзсіз маңызды.

Бәсекеге қабілеттіліктің төмендігін тудыратын басқа себептерден – өсірілген өндіріс пен өндірістік емес шығындардан құтылу қажет.

Біріншіден, осы жылдар ішінде бизнес-климатты жақсарту сырт келбетін ғана әдемілеу болды. Біз рейтингтердегі позицияларымызды көтеру үшін ресми көрсеткіштерді жақсартуға бет бұрдық. Бірақ іс жүзінде заңды тұлғаны немесе жылжымайтын мүлікке құқықтарды тіркеу уақытын бірнеше күнге қысқарту бизнес үшін маңызды емес. Бұл салада іс жүзінде ештеңе жасалған жоқ.

Екіншіден, табиғи монополияларды түбегейлі реформалау қажет. Қазақстандағы заңды тұлғалар үшін электр энергиясының құны (кВт/с 17.36 теңге) АҚШ, Австралия, Бельгия, Нидерланды және Франциядағыдан жоғары. Ал, әлемдегі ең төмен деп жарияланған бензин бағасы, керісінше, сатып алу қабілеті бойынша ең жоғары бағалардың бірі болып табылады. Тарифтерді белгілеу мүлдем ашық емес, әсіресе монополистердің инвестициялық шығындары.

Үшіншіден, көлеңкелі экономиканы азайту және мемлекеттік сатып алулардағы қылмыстылықты азайту үшін нақты шаралар қажет. Кәсіпкерлік саласында тең бәсекелестік жағдайлар жоқ. Біреудің салық төлеуден жалтаруына, төлем терминалдарын пайдалану талаптарын елемеге, негізсіз келісім-шарттар жасауға жол беру бәсекелестікті жойып, экономиканы әлсіретеді.

Қорыта айтқанда, Қазақстанның экспортқа бағдарланған экономикасы шикізатты өндіру, өңдеу және экспорттаудағы экстенсивті өсімге экономикалық өсуді қамтамасыз етуде басты назар аударылатын ресурстық экономиканың дәстүрлі үлгісін сақтайды. Қолайлы баға жағдайында алынған артық пайда инвестициялық резервтерді қалыптастыруға және кірістерді көбейту арқылы тұтынуды кеңейтуге мүмкіндік береді. Дағдарыс кезеңінде резервтік қорлардағы жинақталған ресурстар мемлекетке нарықтың барлық қатысушыларының шығындарын белсенді түрде өтеуге мүмкіндік береді. Дегенмен, жаһандық энергия нарығының құбылмалылығы және соңғы онжылдықтағы жаһандық экономикадағы қайталанатын дағдарыстық рецессиялардың тереңдігі мұндай модель үшін тәуекелдің өте жоғары деңгейін көрсетеді. Сондықтан соңғы он жылда Қазақстан жаһандық трендтерді сақтай отырып және дәстүрлі экономикалық үлгіні сақтай отырып, ұзақ мерзімді перспективаларды қалыптастыру арқылы тәуекелдерді азайту және шығындарды азайту үшін интеграциялық жобаларда және көпжақты ынтымақтастық жүйелерінде аймақтандыру мүмкіндіктерін пайдалануда. Қазақстан үшін экономикалық дамудың инерциялық сценарийі активтер мен инвестициялық ресурстардың мұнай-газ сегментінде шоғырлануына, әлемдік нарықтардағы конъюнктураға тәуелділікке, өңірлік сауда құралдары арқылы тәуекелдерді болдырмауға және инфрақұрылымдық жобалар бойынша ұзақ мерзімді ынтымақтастыққа әкеледі. 2021 жылғы өсімнің қалпына келтірілуі Қазақстанның осы сценарийді қолдануын толық қолдайды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Жанбулатова Р., Жиенбаев М., Дюсембекова М., Нуртазина Р., 2020. Энергетический вектор казахстанско- российских отношений в контексте глобальных изменений мирового энергетического рынка. DOI: <https://doi.org/10.37178/cac.20.2.11> // https://www.ca-c.org/online/2020/journal_rus/cac-02/11.shtml, дата обращения 10.09.2021.
2. Исаев А., 2021. Ещё один саммит Тюркского совета: итоги // <https://interaffairs.ru/news/show/29615>, дата обращения 10.09.2021.
3. Казанцев А., Каженова А., 2019. Новый этап центральноазиатской интеграции // [Электронды ресурс] / URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-andcomments/analytics/novyy-etaptsentralnoaziatskoy-integratsii/>, дата обращения 10.09.2021.
4. «БҰҰ-ның Орталық Азияға арналған арнайы бағдарламасына қатысушы елдерге экономикалық дағдарыстың әсері (СПЕКА ООН) экономикалары және субаймақтық ынтымақтастықтың рөлі»: Аналитикалық баяндама. Экономикалық зерттеулер институты. Астана: 2009., 19 б.
5. ForbesKazakhstan журналы[Электронды ресурс] / URL: <https://www.forbes.kz/> Krizis v Kazahstan prishel ne s Zapada немесе Vostoka, a iznutri
6. Антикризисное управление: текст лекций / сост. М.В. Каймакова. - Ульяновск: УлГТУ, 2009. - 240 с

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК САЛАСЫН ЖАҢҒЫРТУ БОЙЫНША ҰСЫНЫСТАР

Унербаева Р.У. ¹ Раманқұл Б. ²

¹ Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
ӘжБЖМ, «Мемлекеттік және жергілікті басқару» 1-курс докторанты,
аға оқытушы

² Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ӘжБЖМ,
Мемлекеттік және жергілікті басқару, 3-курс студенті

Ғылыми жетекші: Унербаева Р. У.
аға оқытушы

Әлеуметтік жағдайы арқылы қай елдің болмасын бет-бейнесін көруге болады. Сондай-ақ, еліндегі жүргізілетін саясаттың қандай екенін де білдіртеді.

Әлеуметтік саясат – халықтың, оның негізгі жіктерінің, топтары мен санаттарының тұрмыс жағдайына ықпал етумен байланысты жалпы мемлекеттік саясат бөлігі. Қамтитын аумағы: табысты реттеу, жұмыспен қамту, әлеуметтік қамсыздандыру саясаты; білім беру және денсаулық сақтау аяларындағы саясат; тұрғын үй саясаты, т. б. Әлеуметтік саясат адамға, оның халықаралық және ұлттық заңнамада көзделген құқықтарын қорғауға бағдарланған. Әлеуметтік саясаттың мақсаты – кез келген қоғамның жоғары құндылығы ретіндегі адамды қолдау және дамыту. Әлеуметтік саясат үлгісінің нақты іске асырылуы саяси құрылысқа, экономилық даму деңгейіне, меншік қатынастарына, басқару құрылымына, мәдениетке, тарих пен дәстүрлердің ерекшеліктеріне байланысты. Әлеуметтік саясат өндірістік қоғамдық өнімді бөлуге негізделеді.

Әлеуметтік саясат төрт бөліктен тұрады:

– Қоғам мүшелерінің әртүрлі қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін әлеуметтік сфера ұйымдарына құқықтық, ұйымдастырушылық, қаржылық жағдай жасау.

– Өмір сүру деңгейін қажетті деңгейде сақтап қалу үшін азаматтарға өз еркімен табыс табуына құқықтық, ұйымдастырушылық, өндірістік алғышарттар жасау.

– Мемлекеттің немесе муниципалды басқару органдары қолындағы және меншігіндегі әлеуметтік инфрақұрылымды дамыту жолымен халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыруға жағдай жасау

– Мемлекеттің немесе муниципалды басқару органдары қолындағы және меншігіндегі әлеуметтік сфераның өндірістік кәсіпорындары мен мекемелеріндегі өндірісті ұйымдастыру, бөлек тауарлар мен қызметтерді бөлу және тұтыну.

Әлеуметтік саясат моделі – бұл әлеуметтік саясаттың маңызды элементтерінің жалпы сызбасы, оның мақсаттары, міндеттері, құралдары, оның экономикалық, демографиялық, саяси және басқа да факторлармен өзара байланыста шарттасылған жүзеге асыру нысандары түсіндіріледі. Соңғы он жылдықта әртүрлі елдерде қолданылған әлеуметтік саясаттың кейбір моделдерін қарастырайық.

Швед моделіне жоғарғы сапа мен әлеуметтік қызметтердің қол жетерлігі тән. Оған мемлекеттік бюджеттің бүкіл шығыстарынан шамамен 40 пайызы шығындалады. Бұл жағдай швед моделін – шектеулісипатқа әкелді. Бұл шектеулілік халықтың жеке табыстарына және кәсіпкерлердің табыстарына тиесілі және мемлекеттік бюджетке бірінші бөлінген табыстардың көп бөлігін алуға мүмкіндік беретін прогрессивті салық жүйесі көмегімен жүзеге асырылады. Қатаң салықтық жүйе жоғарғы сапалы әлеуметтік қызметтердің кең желілерін күшейтуге және түрлі трансферттік төлемдер түрлеріне қаржылық база болып табылды. Индустриалды дамыған елдерде орын алған әлеуметтік саясат моделі “Мемлекеттің әл-ауқаттылық” концепциясы болып табылады. Бұл концепция бойынша мемлекет-жеке мүддесі жоқ, қазіргі қоғамның жалғыз институты, сондықтан ол класстар

арасында делдал болып шыға алады және қоғамдық мүдделерге сәйкес әрекет етеді. Егер “Мемлекеттің әл-ауқаттылық” моделі Ұлыбритания, Франция және басқа да еуропалық елдерінде дамуын алса, онда “Әлеуметтік нарықтық шаруашылық” моделі Германия Федеративтік Республикасында неғұрлым толық жүзеге асырылған болатын. Бұл концепцияның барысы: кәсіпкерлікке экономикалық еркіндік беру және экономикаға әкімшіліктік қатысуды алып тастау, себебі нарықтық еркіндік әлеуметтік мақсатқа жету үшін экономикалық, ресурстық алғышарттар жасауда. Таза нарық экономикасының дамуы негізінде батыс Германдық мемлекет әр азаматқа белгіленген кедейшілік шегінен төмен түспейтіндей әлеуметтік амортизаторлардың біртұтас жүйесін өрістетті. Алайда, сонымен қатар мемлекет азаматтардың өз күшімен орындай алмайтын әлеуметтік міндеттерді өз қолына алмауға тырысты. Бұл концепция бірнеше қарама-қайшылықтардан тұрды: - көптеген әлеуметтік қызметтер нарықтық сипатта сақталды, ол өз кезегінде бұл қызметерді тұтынушының еркіндігін қамтамасыз етуге, әлеуметтік сфераның бөлек ұйымдары мен мекемелерінің арасында бәсекені қолдауға мүмкіндік берді; - сол уақытта, әлеуметтік бағдарламаларды мемлекеттің атқаруы, орындайтын жұмыстағы төмен дәрежелі жауапкершілік пен оған тиесілі тиімсіз проблемалар мен бюрократиялық аппараттың құрылуына әкелді. “Мемлекеттің әл-ауқаттылық” моделіне қарағанда “Әлеуметтік нарықтық шаруашылық” моделі барынша нарықтық негізде жүргізілді. Бұл модельдің негізгі постулаттары шамамен елу жыл бойы өзгеріссіз түрде сақталуда.

Либералды экономиканы жүргізуде әлеуметтік саясаттың “Нарықтық моделі” орын алды. Бұл концепция бойынша әлеуметтік сферада кең таралған мемлекеттік араласудың орнына нарықтық бастауларды күшейту қажеттілігі қарастырылды. Бұны жүзеге асыруда: - әлеуметтік сферадағы жартылай мемлекетсіздендіру; - әлеуметтік салалардың қызмет етуіндегі нарықтық құралдарды қолдану аясын кеңейту. Әлеуметтік саясаттың нарықтық моделінің негізгі қалыптастырушы идеясы-оның селективтілігі, яғни таңдаушылығы, мемлекет тарапынан көмекті қажет ететін бөлек өмірлік жағдайларға немесе нақты анықталған халық топтарына бағытталушылық. Осылай, мемлекеттің әлеуметтік саясаты қоғам мүшесінің қандай тобына қолданылуына байланысты екі бөліктен құралады: - еңбекке қабілетті азаматтар үшін олардың еңбек белсенділігін арттыру және өздеріне өз көмектерін дамыту үшін мемлекеттің жағдай жасауы; - мемлекет немесе басқа да қоғамдық институттар тарапынан әлеуметтік көмек тек қана ауру себептері, қатерлі жағдай, кәрілік пен жұмыссыздық себептері бойынша көрсетілуі. Бұл модельдің ең басты ерекшелігі – оның дәстүрлі құндылықтарға және жанұя, жергілікті қоғамдастықтар, пайдасыз ұйымдар тәрізді әлеуметтік институттарға бағытталуы.

Конституциямызда Қазақстан өзін әлеуметтік мемлекет ретінде орнықтыратыны жазылған. Демек, бұл бағыттағы жемісті саясат Ата заңмен де тығыз байланысты. Дегенмен әлемдегі дамыған алдыңғы отыздыққа ену мақсатын қойған Қазақстанымыз үшін әлі көп іс атқарылуы керек екені де анық.

Бүгінгі таңда еліміздің әлеуметтік саласын жаңғыртуға ерекше назар аударылып отыр. Мемлекет басшысының Қазақстан халқына арнаған биылғы Жолдауында айтқан тапсырмасына орай, Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі Әлеуметтік кодекстің жобасын әзірледі.

Әлеуметтік кодексті әзірлеудегі мақсат – азаматтардың өздерінің әлеуметтік құқықтары мен мүдделерін іске асыруы үшін институционалдық, экономикалық және ұйымдастырушылық жағдайлар жасау. Ал жаңа кодекстің негізгі мақсаты – халыққа түсінікті әрі қолжетімді болуы үшін осы саладағы қолданыстағы заңнаманың барлық нормаларын бір құжатта шоғырландыру. Әлеуметтік кодекс азаматтардың ұсыныстарын ескере отырып, адам өмірінің әрбір кезеңіне қатысты бөлімдерді қамтиды. Бұл қазақстандықтарға мемлекеттік қолдау шараларын оңай түсінуге мүмкіндік береді. Әлеуметтік кодекстің жобасында отбасылық цифрлық карта енгізу, жұмыспен қамтудың саясаты, жаңа көші-қон саясаты, балалы отбасыларға қолдау көрсету шаралары, арнаулы әлеуметтік қызметтер жүйесін жаңғырту, зейнетақы төлемдерін арттыру мәселелері қамтылған.

Отбасының цифрлық картасы – дерекқор, яғни бұл жүйеде әр азамат туралы барлық дерек жиналады. Сондықтан Отбасының цифрлық картасы барлық азаматқа, әр отбасыға керек. Өйткені бала өмірге келгеннен бастап зейнетке шыққанға дейін осы карта қажет болуы мүмкін.

Бұл картаның пайдасы – жәрдемақыларды проактивті форматта, яғни көмек алушыдан өтініштің түсуін күтпей-ақ тағайындауды қарастырады. Яғни бұл – азаматтардың әлеуметтік мәртебесіне байланысты кепілдендірілген мемлекеттік қолдаудың қандай да бір түрін алу құқықтары туралы ақпарат беретін электронды хабарлаушы.

Мемлекет азаматқа ақпараттық жүйе арқылы тиісті органдарға жүгінбей-ақ, мемлекеттік қолдаудың қандайда бір түрін алуды ұсынатын болады. Бастапқы кезеңде мемлекеттік органдарға ақпараттық жүйелердің деректері негізінде отбасылардың әл-ауқат деңгейі мен оларға тиісті мемлекеттік қолдау шараларын айқындау бойынша жұмыс жүргізілді. Қазірдің өзінде цифрлық картада еліміз бойынша шамамен 19 миллионнан астам мүшесі бар 6 миллион отбасы туралы деректер қамтылып, «отбасы портреті» қалыптастырылды. Карта деректері отбасы және оның мүшелері мәртебесінің өзгеруіне қарай жаңартылып отырады.

Мемлекеттік қолдау шараларын алуға рұқсат белгіленген кезде жәрдемақы алушыға 1414 бірыңғай байланыс орталығынан SMS-хабарлама жіберіледі. Хабарлама алған азамат оған келісімі туралы жауап беруі керек. Өтінішті рәсімдеу және әлеуметтік жәрдемақыны немесе төлемді бекіту автоматты режимде жүргізіледі, содан кейін қаражат алушының банк шотына аударылады.

2022 жылдың 1-ші қыркүйегінен бастап жәрдемақы мен әлеуметтік төлемдердің 9 түрі бойынша жаңа форматта қызмет алу мүмкіндігі ұсынылған болатын. Олар: баланың тууына байланысты әлеуметтік төлем, баланың бір жасқа дейінгі күтіміне байланысты әлеуметтік төлем, мүгедек баланың күтіміне байланысты, сондай-ақ мүгедектігіне байланысты жәрдемақылар. Тұрғындар 1 қазаннан бастап асыраушысынан айырылу жағдайына байланысты әлеуметтік төлем, жұмыссыздыққа байланысты әлеуметтік төлем, көпбалалы отбасыларға тиесілі жәрдемақы, «Алтын алқа» және «Күміс алқамен» марапатталғандарға тиесілі жәрдемақы, 1 қарашадан бастап зейнетақы төлемдері және атаулы әлеуметтік көмексіздік қызмет түрлерін жаңа форматта ала алады. 2023 жылдың 1 қаңтарынан бастап тізім әлеуметтік қорғау саласындағы қызметтермен кеңейтіліп, 2024 жылғы 1 қаңтардан бастап денсаулық сақтау және білім беру салаларындағы мемлекеттік кепілдіктер енгізілмек. Ал 2025 жылдан бастап мемлекеттік кепілдіктердің барлық түрі қамтылатын болады. Сонымен қатар бала күтіміне жәрдемақы төлеу мерзімі ұзартылады.

Бүгінгі таңда балалы отбасыларды қолдаудың қолданыстағы моделі мемлекеттік жәрдемақылар мен төлемдердің 6 түрін қамтиды. Әлеуметтік кодекстің жобасында да осы әлеуметтік қолдау шараларының барлығы толық сақталған. Дегенмен отбасының жекелеген санаттарын қолдаудың қолданыстағы шараларын күшейтуге бағытталған бірқатар жаңалық енгізіліп отыр.

Ең негізгісі, 2023 жылдың 1 қаңтарынан бастап бала күтімі бойынша жәрдемақы төлеу мерзімі бір жылдан бір жарым жасқа дейін ұзартылады. Жаңа туған сәбиінің жанында көбірек болу әр ана үшін маңызды. Ендеше, бұл – аналарға жасалып отырған үлкен қолдау. Аталған норма жұмыс істейтін және жұмыс істемейтін ата-аналарға да қолданылады. Сондай-ақ бала күтімі бойынша жәрдемақы алуға үміткер әрбір ата-ана оның әлеуметтік сақтандыру жүйесіне қатысу өтілі неғұрлым көп болса, төлем мөлшері соғұрлым жоғары болатынын білуге тиіс. Бұл төлем бүгінде Мемлекеттік әлеуметтік сақтандыру қорына аударымдар жүргізілген табыстың 40 пайызына тең. Ал жұмыс істемейтін немесе бала туғанға дейін, соңғы екі жылда 6 айдан кем жұмыс өтілі бар ата-аналар жәрдемақы мен төлемдерге мемлекеттік бюджеттен ғана үміткер бола алады. Төлем мөлшері жәрдемақы мөлшері деңгейінде жүргізіледі. Жаңа Кодекс бойынша бала күтімін атқаратын ата-ана еңбек қызметін қайта бастаған жағдайда, төлемдер республикалық бюджеттен берілетін жәрдемақы мөлшеріне сәйкестеленетін болады.

Әлеуметтік кодекс жобасы бойынша енді «Наградталған аналар» мәртебесі енгізіледі. Бұл мәртебе көпбалалы ананың сіңірген еңбегін құрметтеу және тану ретінде өмір бойы «Күміс алқа», «Алтын алқа» алқаларымен марапатталған немесе бұрын «Батыр Ана» атағын алған, I және II дәрежелі «Ана даңқы» ордендері бар әйелдерге берілетін болады.

Жаңа жоба бойынша наградталған аналарға төленетін жәрдемақы мөлшері араландырылған болады. Бүгінде 6, 7 және одан да көп бала туып, тәрбиелеген аналар бірдей мөлшерде жәрдемақы алып отыр. Әлеуметтік Кодекс қабылданғаннан кейін «Алтын алқа» алқасымен, I және II «Ана даңқы» ордендері мен «Батыр Ана» атағы бар, яғни 7 және одан да көп бала туып, тәрбиелеген аналар үшін жәрдемақы мөлшері 7,4 айлық есептік көрсеткішке дейін артатын болады.

Қазіргі таңда еліміздің зейнеткерлері базалық және ынтымақты зейнетақыны бюджеттен, ал жинақтаушы зейнетақыны Бірыңғай жинақтаушы зейнетақы қорынан алады. Зейнеткерлердің бірінші санатының толық еңбек өтілі бар және олардың зейнетақысының орташа мөлшері айына 125 мың теңгеден асады.

Екінші санаттағы зейнеткерлердің (жинақтаушы зейнетақы жүйесіне көшу кезеңіндегі зейнеткерлер) зейнетақы мөлшері бірінші топпен салыстырғанда төмен. Екі санаттың арасында айырмашылық болуына бірнеше себеп бар, олар: бюджеттен ынтымақты зейнетақы тағайындау кезінде қолданылатын 1998 жылғы 1 қаңтарға дейін жинақталған еңбек өтілінің азаюы, қазіргі таңда зейнеткерлік жасқа жеткен адамдардың 40 пайызға жуығында толық еңбек өтілінің болмауы, жинақтаушы зейнетақы жүйесіне қатысу өтілінің аз болуына байланысты Бірыңғай жинақтаушы зейнетақы қорында 1998 жылдан бастап зейнетақы жинақтары көлемінің жеткіліксіз болуы.

Қазақстанның әлеуметтік саласында әртүрлі проблемалар бар, олардың кейбіреулері:

1) Төмен жалақы мен зейнетақы: Көптеген әлеуметтік қызметкерлер төмен жалақы алады, бұл көрсетілетін қызмет сапасының нашарлауына әкелуі мүмкін.

2) Медициналық қызметтердің қолжетімділігі мен сапасының болмауы: Көптеген денсаулық сақтау мекемелерінің жағдайы нашар, жабдықтары ескірген және жоғары сапалы қызмет көрсете алмайды.

3) Әлеуметтік қорғаудың тең бөлінбеуі: халықтың кейбір топтары, соның ішінде аз қамтылған отбасылар, мүгедектер, қарттар мен балалар әлеуметтік қызметтер мен қолдауға қол жеткізуде қиындықтарға тап болуы мүмкін.

4) Жоғары білімге қол жетімділіктің жеткіліксіздігі: Қазақстанда көптеген университеттер мен колледждер болғанымен, оқу ақысының жоғары болуына байланысты көптеген студенттер үшін жоғары білімге қолжетімділік шектелуі мүмкін.

5) Инфрақұрылымның дамымауы: Қазақстанның кейбір аймақтарында инфрақұрылым жеткіліксіз, соның ішінде медициналық мекемелер, мектептер, жолдар, әуежайлар және басқа да нысандар жоқ.

6) Мәдени өмірдің төмен деңгейі: Қазақстанның кейбір аймақтарында мәдени іс-шаралар мен мәдени орындарға қолжетімділік шектелуі мүмкін.

7) Ақпараттық технологияларды жеткіліксіз пайдалану: Кейбір халықтар, соның ішінде қарттар мен шалғай елді мекендерде тұратын адамдар ақпараттық технологияларды пайдалануда қиындықтарға тап болуы мүмкін.

Бұл проблемалар Қазақстан халқының өмір сүру сапасын жақсарту және әлеуметтік қызметтер мен мүмкіндіктерді неғұрлым әділ және тең бөлуді қамтамасыз ету мақсатында оларды шешуге назар аударуды және күш салуды талап етеді.

Қазақстанда әлеуметтік саланы әртүрлі бағытта дамытуға болады. Әлеуметтік саладағы саясатты инновациялық тәсілмен жаңғыртудың және оны дамыту бойынша кейбір ұсыныстар мыналарды қамтуы мүмкін:

– Мемлекеттік қызмет көрсетуге арналған мобильді қосымшалар мен онлайн қызметтерді әзірлеу. Сонымен қатар, олардың тиімділігі мен пайдаланушыларға ыңғайлылығын қамтамасыз ету үшін қызметтердің сапасын бақылау және бақылау жүйелерін енгізуге болады.

–Білім мен ғылымның дамуы. Қазақстанда ғалымдар мен мамандар әлеуметтік салада жаңа технологиялар мен инновациялық тәсілдер әзірлей алатын инновациялық орталықтар мен зертханалар құра алады.

–Жасанды интеллектті енгізу және әлеуметтік саладағы процестерді автоматтандыру. Бұл денсаулық сақтау қызметтерін көрсету немесе әлеуметтік қамсыздандыру процестерін автоматтандыру үшін роботтарды пайдалануды қамтуы мүмкін.

–Қашықтықтан білім беру мен онлайн курстарды дамыту. Қазақстанда білімге қолжетімділікті кеңейтетін және жалпы білім беру деңгейін жақсартатын онлайн оқыту платформаларын құра алады.

–Электрондық медицина мен телемедицинаны енгізу. Қазақстанда телемедицина технологияларын пайдалана отырып, пациенттерге медициналық көмекті қашықтықтан алуға мүмкіндік беретін электронды медицина жүйесін құра алады.

Бұл ұсыныстар Қазақстанның әлеуметтік саласын жақсартуға және оның тұрғындарының өмір сүру сапасын жақсартуға ықпал ете алады деп есептейміз.

Қазақстанның әлеуметтік саласын дамытудағы инновациялық тәсілдер өте өзекті. Бұл бірқатар факторларға байланысты:

- мемлекеттік қызмет көрсету сапасын арттыру: жаңа технологиялар мен инновациялық тәсілдерді қолдану мемлекеттік қызметтердің сапасын арттыруға және оларды алу уақытын қысқартуға мүмкіндік береді.

- шығындардың тиімділігі: инновациялық технологияларды енгізу әлеуметтік процестерді оңтайландыруға және шығындарды азайтуға көмектеседі. –

- экономикалық даму: әлеуметтік саладағы инновациялық тәсілдер ел экономикасының дамуына ықпал ететін жаңа өндірістер мен технологиялық компаниялардың пайда болуына әкелуі мүмкін.

- халықтың өмір сүру сапасын жақсарту: жаңа технологиялар мен инновациялық тәсілдер халыққа қолжетімді және тиімді мемлекеттік қызметтерді және әлеуметтік бағдарламаларды ұсыну арқылы олардың өмір сүру сапасын жақсарты алады. Жалпы, Қазақстанның әлеуметтік саласын дамытудағы инновациялық тәсілдер елдің тұрақты дамуын қамтамасыз ету және оның тұрғындарының өмір сүру сапасын арттыру үшін өзекті және маңызды болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. ҚР Президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам» атты Қазақстан халқына арнаған Жолдауы
2. Качество жизни: сущность, оценка, стратегия формирования / под ред. Л.А. Кузьмичева, М.В. Федорова, Е.Е. Задесенца. М., 2007.
3. Әлеуметтік саладағы статистикалық мәліметтер [Электронды ресурс] URL: <http://stat.gov.kz/?p=2332>

ЖАҢА ҚАЗАҚСТАН ЖАҒДАЙЫНДА АДАМИ КАПИТАЛДЫ ДАМУ СЯСАТЫ БОЙЫНША ҰСЫНЫСТАР

Наурызбаев С.М.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ,
Мемлекеттік және жергілікті басқару, 3-курс студенті

Ғылыми жетекші: Жайназар Ә. Ж.
э.ғ.м., оқытушы

Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам» атты Жолдауында «Біз экономикамызда қордаланған мәселелерді жақсы білеміз. Мысалы, шикізатқа әлі де тәуелдіміз. Еңбек өнімділігі төмен, инновация жеткіліксіз. Ұлттық табыстың игілігін жұрттың бәрі бірдей көріп отырған жоқ. Әрине, мұның барлығы – күрделі

мәселелер. Бірақ, оны шешудің нақты жолдары бар. Атап айтсақ, бұл – макроэкономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету, экономиканы әртараптандыру және цифрландыру. Сондай-ақ, шағын және орта бизнес пен адам капиталын дамыту, заң үстемдігін орнықтыру. Сондықтан, тың тәсілдер қажет екені сөзсіз.» [1] - деп, адами капиталдың Жаңа Қазақстан құрудағы іргетасты маңызын атап көрсетті. Әр адамның ғылымның әртүрлі салаларында және өмірдің салаларында белгілі бір дағдылары, білімі, дағдысы, тәжірибесі болады. Егер адам осы қабілеттерін жетілдірсе және дамытса, олар оған табыс әкеледі. Қазіргі уақытта ғылымның өндірісінде және дамуында инновациялар маңызды рөл атқарып жатқанда, бұл адамның шығармашылық қабілеттері, яғни оның интеллектісі, логикалық ойлау ерекшеліктері, қиын жағдайларда стандартты емес шешімдер қабылдау қабілеті және тіпті интуиция да үлкен мәнге ие болады. Шығармашылық қызметте адами капиталдың басым рөлі және құрал-жабдықтардың, станоктардың, аспаптардың, ғимараттар мен құрылыстардың, физикалық капиталдың басқа түрлерінің көмекші, толықтырушы қызметі айқын көрінеді.

Адами капитал теориясы – адамның болашақ табыс көзі ретіндегі білім, білік, дағдыларын қалыптастыру, пайдалану және экономикалық игіліктерді игеру процесі туралы әртүрлі көзқарастарды, идеяларды, ережелерді біріктіретін теория. Қазіргі экономикада адами капитал теориясының танымалдығы артып келеді. Бастапқыда адами капитал теоретиктерінің көпшілігі бұл ұғымның ең тар түсіндірмесін ұстанды: олар оған тек ресми білім беру жүйесінде алынған және ақылы еңбек ету саласында табыс алу үшін тікелей пайдаланылған білімдерді, дағдыларды және дағдыларды атады.

Адами капитал теориясының микроэкономикалық негізі Г.С. Беккермен қаланды. Зерттеушінің мына тұжырымы кеңінен танымал: адами капитал «адамға инвестициялар арқылы қалыптасады, оның ішінде білім беру, өндіріс орнында оқыту, денсаулық сақтау шығындары, көші-қон және бағалар мен кірістер туралы ақпаратты іздеу».

Г.С. Беккер білім берудің экономикалық тиімділігінің практикалық есебін жүргізді. Мысалы, жоғары оқу орнынан түскен табыс колледжді бітіргендер мен орта мектептен аспағандар арасындағы өмір бойы табысының айырмашылығы ретінде анықталады. Білім беруге жұмсалған шығындардың ішінде негізгі элемент болып «жоғалған табыс», яғни студенттердің оқу жылдарында алмаған табыстары танылды.

Адам капиталын құрастыруды ғалымдар 3 кезеңге жіктейді[2]. Бірінші кезең қалыптастыру: адами капиталды қалыптастыруды қамтиды, оның барысында адам білім алады, соның арқасында білім, білік және дағды сияқты құзыреттерге ие болады. Бұл жағдайда адам дамуына бағытталған инвестициялар адами капиталды қалыптастыруда үлкен рөл атқарады, өйткені адамның өмір бойы алатын білім құны мен адам капиталының құны арасында тікелей байланыс бар. Екінші кезең жинақтау: еңбек қызметін жүзеге асыру процесінде адами капиталдың жинақталуы жүзеге асады, соның нәтижесінде адам тиімді жемісті қызметке және жоғары жалақысы бар жұмысқа орналасуға мүмкіндік беретін кәсіби дағдылар мен дағдыларды меңгереді. Үшінші кезең қолдану: қалыптасу және жинақтау процесінде алынған дағдылар мен білімдер адамға өндіріс процесіне қатысуға және өз еңбегі үшін еңбекақы түрінде сыйақы алуға мүмкіндік береді.

Әртүрлі экономикалық салалардың адами капиталға инвестицияны анықтаудағы алдыңғы тәжірибесі ретінде Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. «инвестицияларды екі түрлі – қаржылық ресурстар мен ресурстарды инвестициялау ретінде және қызметтің жекелеген түрлері ретінде қарастыруға болады» деген қорытындыға келді.

Адами капиталға инвестицияның барлық түрлерінің ішінде ең маңыздысы денсаулық сақтау мен білім беру салаларына салынған инвестиция. Денсаулыққа салынған инвестиция адамның еңбек ету мерзімін ұзартады, демек адами капиталдың қызмет ету мерзімін ұзартады. Адам денсаулығының жағдайы – оның бір бөлігі тұқым қуалайтын, ал екінші бөлігі адамның өзінің және қоғамның шығындары нәтижесінде алынатын табиғи капиталы. Адамның өмір сүру кезеңінде адами капиталдың біртіндеп нашарлауы байқалады. Денсаулыққа қатысты инвестициялар бұл процесі бәсеңдетуі мүмкін.

Зерттеулер нәтижелері бойынша, «адам денсаулығы тек 8-10% денсаулықты күтуге, тағы 20% қоршаған орта жағдайына, тағы 20% генетикалық факторларға және 50% адамның өзінің өмір салтына байланысты (ұтымды тәуліктік режим, еңбекке қабілеттілікті тез қалпына келтіру және ынталандыру үшін әртүрлі әдістерді қолдану, рационалды тамақтану гигиенасы, зиянды әдеттерден және артық салмақтан арылу, әдемі дене қалпын қалыптастыру, стресстің алдын алу және жою, әртүрлі әдістерді қолдану. дене жаттығуларының жинақтары, шынықтыру, массаж).

Кесте 1

Адами капиталды басқару

Артықшылықтары	Кемшіліктері
1. Елдің экономикалық өсуінің негізін құрайтын бағыттарды айқындауы; 2. Адами капиталды бағалаудың тиімді әдістемесін таңдау – болашақта үлкен табыс алып келеуге ықпал етеді; 3. Қоғам үшін ұзақ мерзімді экономикалық және әлеуметтік әсер етеді; 4. Синергетикалық әсерлердің болуы	1. Бағалау барысында мемлекет ерекшеліктері ескерілмеген әдістеме құралының таңдалуы; 2. Бағалау барысында мемлекеттің барлық ерекшеліктері ескерілген әдістеме жасау күрделілігі; 3. Жоғары шығындарды талап етеді; 4. Ұзақ мерзімде жүзеге асырылады және нәтижесі үміттерді ақтамау тәуекелі бар;
Мүмкіндіктері	Қауіптері
1. Адами капиталды пайдаланудан ең жоғары қайтарымдылығын алу; 2. Инновациялық белсенділіктің өсуі; 3. Халықтың әл-ауқатының өсуі; 4. Өндірістік көрсеткіштердің өсуі	1. Даярланған білікті кадрлардың шет елге көшіп кетуі; 2. Адами капиталды бағалау әдістемесінің дұрыс таңдалмауы; 3. Таңдалған әдістеменің нәтижені жақсарту шараларының дұрыс жүзеге асырылмауынан адами капиталды бағалаудың жарамсыз болуы
Ескерту – автор құрастырған	

Сонымен, адами капиталды басқару инновациялық сипаттамаларға жауап беретін адами капитал элементтерін қалыптастыру мен дамытуға басқару субъектілерінің бағытталған іс-әрекетін білдіреді.

Адами капиталды басқару келесі негізгі функцияларды орындауы керек: экономикалық, әлеуметтік, инновациялық және ынталандырушы.

Басқару объектісін анықтау нәтижесінде экономикалық жүйенің инновациялық дамуына бағытталған адами капиталды қалыптастырудың кешенді бағдарламасын әзірлеуге мүмкіндік туады. Адами капиталды басқару процесінде басқару объектісі адамның өзі емес, адами капиталдың менгерген, мәнді элементтері болып табылады, сондықтан адам капиталының құрылымын сандық (инвестициялық) және мазмұндық (сапалық) жақтарымен жіктеу ұсынылады. Б.Н.Герасимов пен Т.Н.Карповтың пікірінше, адами капиталды басқару – бұл «мемлекеттің стратегиялық мақсаты болып табылатын, мамандар мен менеджерлердің кәсібилігі мен жеке қасиеттерін қалыптастыру, қолдау және дамыту, жоғары кәсіби әлеуеті бар, мемлекет тарапынан қойылған міндеттерді шешуге қабілетті ұжымды құру жөніндегі қызмет».

Адамның дамуы – бұл адамның өз әлеуетін толық ашу және әл-ауқатын жақсарту үшін өсу процесі. Бұған сапалы медициналық көмекке қол жеткізу, қолжетімді білім және экономикалық ұтқырлық кіреді. Деректердің практикалық және қол жетімділігі үшін АДИ біреудің өміріне әсер етуі мүмкін әрбір нәрсені өлшей алмайды, оның орнына бірнеше өте ықпалды факторларға назар аударады. АДИ келесі көрсеткіштерден құралған: 1. Өмір сүру ұзақтығының индексі (LEI); 2. Білім индексі (EI); Орташа оқу жылдарының индексі (MYSI); Күтілетін оқу жылдарының индексі (EYSI); 3. Табыс индексі (PI) АДИ күтілетін өмір сүру ұзақтығы индексі, білім индексі және кіріс индексі біріктіретін формула арқылы есептеледі. Нәтижесінде АДИ саны 0 мен 1 арасында аяқталады, 0 адам дамуының ең азы және 1 ең көп.

БҰҰДБ елдерді АДИ төрт санатының біріне орналастырады: өте жоғары 0.800-ден; үлкен немесе оған тең; жоғары 0.700-0.799; орташа 0.550-0.699; ал 0.550-ден аз төмен болып жіктеледі.

БҰҰДБ-ның 2022 жылғы есебіне сәйкес, АДИ ең жоғары ел – Швейцария - 0,962, ал ең төменгісі - 0,395 – Оңтүстік Судан.

Индексті есептеудегі ең үлкен қиындықтар көптеген дамушы елдерде, ал бірқатар бөлімдер бойынша – өтпелі экономикасы бар кейбір елдерде қажетті әлеуметтік статистика болмаған жағдайда салыстырмалы көрсеткіштерді алу қажеттілігімен байланысты. Сондай-ақ, кейбір үкіметтер өз елдеріндегі жағдайды әдейі безендіретіндіктен, ұлттық статистикалық ұйымдар ұсынған деректердің бір бөлігі әрдайым сенімді бола бермейтінін атап өткен жөн.

2021 жылға арналған 2022 жылғы БҰҰДБ көрсеткен АДИ есебіне сәйкес Қазақстан 56-ы орынға жайғасты. Бұл көрсеткіш 2015 жылмен салыстырғанда 0,06 пунктқа, яғни 0,75% артқандығын көрсетіп, еліміздің даму үстінде екенін көрсетуді. Сондай-ақ жоғары көрсеткішті елдер 0,800 коэффициентінен асу керектігін ескерсек, еліміз осы елдер қатарына кіретінін байқаймыз.

Қазақстанда туылған кездегі өмір сүру ұзақтығы 2021 жылы 70,2 жасты құрайды. Қазақстандағы бұл көрсеткіш даму деңгейі өте жоғары (79,5 жыл) және даму деңгейі жоғары (76,0 жыл) елдер тобына қарағанда төмен. Еуропа мен Орталық Азия аймағында да өмір сүру ұзақтығы 73,4 жасты құрап, жоғарырақ саналады. Білім алудың орташа ұзақтығы 11,8 жыл(2015). Бұл өте жоғары даму тобының орташа көрсеткішінен төмен (12,2 жыл), бірақ жоғары даму тобынан (8,2 жыл) жоғары. Ал 2021 көрсеткіште 12,3 жылды құрап, жоғары деңгейден шамалы жоғары. Оқудың орташа ұзақтығы Еуропа мен Орталық Азия аймағындағы елдердегі орташадан 1,5 жылға көп. Күтілетін оқу жылдары 15,1 жылды құрайды, бұл адам дамуының өте жоғары индексі тобы үшін орташа көрсеткіштен 1,3 жылға аз, бірақ АДИ жоғары 14,1 жас тобынан жоғары. Еуропа және Орталық Азия аймағында бұл көрсеткіш те 14,1 жылды құрайды, бұл Қазақстандағыдан төмен. Жан басына шаққандағы жалпы ұлттық табыс (ЖҰӨ) 2017 жылы \$22,158 болды (5-сурет). 2021 жылы бұл көрсеткіш 2017-мен салыстырғанда 8 %-ға артты. Даму деңгейі өте жоғары елдер тобында жан басына шаққандағы ЖҰӨ-нің орташа мәні 40,1 мың долларды, ал даму деңгейі жоғары топта 14,9 мың долларды құрайды[2].

Отандық адам капиталын зерттеуші ғалымдар тобы ұсынған Қазақстан өңірлерінің адами капиталын интегралдық бағалау бойынша жүргізілген есептеулері жинақталған адами капитал деңгейі бойынша мынадай өңірлерді шартты түрде бөліп көрсетуге мүмкіндік береді: «таланттарға арналған магнит», «өнеркәсіптік белдеу», «индустриялық-аграрлық доға», «периферия». Бұл есептеу әдісі демографиялық, әлеуметтік, экономикалық және экологиялық факторларды қолдана отырып, интегралды индекс әдісімен республика өңірлеріне жеке есептеліп, кесте құрылған.

2019 жылы ең жоғары интегралдық көрсеткіш Нұрсұлтан (0,660) және Алматы (0,604) қалаларында болды. Бұл өңірлер шартты түрде «таланттарға арналған магниттер» деп белгіленген, мұнда экологиялық жағдайдың өзектілігіне ие болатын Алматы қаласынан басқа барлық құрамдастар бойынша жоғары көрсеткіштер байқалады. Нұрсұлтан және Алматы қалалары индустриядан кейінгі мамандануымен, халықтың жоғары табысымен, өмір сүру ұзақтығының жоғары болуымен, туудың төмен болуымен және халықтың көші-қон ағынының жоғары болуымен ерекшеленеді

«Өнеркәсіптік белдеу» санатына біріктірілген Атырау, Ақтөбе, Батыс Қазақстан, Маңғыстау, Қарағанды облыстары экономиканың шикізаттық мамандануымен, жоғары табыс деңгейімен, орташа өмір сүру ұзақтығымен және бала туудың жоғары деңгейімен ерекшеленеді. Сондай-ақ, 2018 жылы өзінің мегаполис мәртебесін алған Республикалық маңызы бар Шымкент қаласы да осы санатқа жатады.

«Индустриялық-аграрлық доға» (Алматы, Ақмола, Шығыс Қазақстан, Қостанай, Жамбыл, Қызылорда және Павлодар облыстары) өңірлері үшін атауының өзі айтып отырғандай, экономиканың индустриялық-аграрлық типі[3].

Солтүстік Қазақстан және Түркістан облыстары кіретін «переферия» өңірлері Жұмыспен қамтудың аграрлық түрімен, табыс деңгейінің төмендігімен, орташа өмір сүру ұзақтығымен сипатталады.

Адами капитал – бұл уақыт өте адамның жинақтайтын білімі, дағдысы, тәжірибесі. Адам капиталы адамда жасырылған потенциал ретінде көрініс табады, оны дұрыс басқару мен пайдалану әлеуметтік-экономикалық тиімділік әкеледі, не олай болмаса әлеуметтің жоғалуына әкеліп, кері даму жүзеге асады. Бұл мәселені мемлекеттік деңгейде реттеу кешенді әрі жүйелі шараларды жасауға, құралдар мен тетіктерді, механизмдер жиынын дұрыс әзірлеп, жүзеге асыруды талап етеді. Адами капиталды тежеуші факторларға келесілерді жатқызсақ болады: жұмыссыздық; ретсіз бағалар өсімі; қоғамдағы табыс теңсіздігі; денсаулық сақтау, білім беру салаларына, ҒЗТҚЖ-на бөлінетін қаражат аздығы; кадр жеткіліксіздігі, «ми ағыны»; т. б.

Адами капиталды басқару тиімділігін арттыруға бағытталған негізгі құралдар мен әдістер мыналар болып табылады:

- адами капиталдың белгілерін сипаттайтын адами қасиеттердің қалыптасуы мен көрінуіне мотивация
- адами капиталдың сапасына және дамуына инвестициялар;
- ұйымдағы тұлғаны дамыту және қызметті ынталандыру қағидаттарына сәйкес келетін еңбекақы төлеудің тиісті жүйесі;
- тиімді жұмыс істеу дағдысы мен дағдысын дамытатын, кәсіпқойлық деңгейін арттыратын құзыреттілік пен біліктілік
- басқару процестерінде қолданылатын құнды қондырғылар;
- жаңа білім критерийлері, тиісті деңгейдегі ақпараттық өріс туралы ақпарат беру
- мәдениет (ұйымдық, жалпы, корпоративтік және т.б.);
- қызметте жаңа мүмкіндіктер ашу үшін инновациялық қызметті ұйымдастыру[4].

Инновациялық экономикадағы адами капиталды басқарудың негізгі элементтері келесі болу тиіс: 1. Жұмыспен қамту және табыс 2. Жұмыс күшінің сапасы – кәсіби дайындық деңгейі, әлеуметтік база және еңбек тәртібі. 3. Еңбек заңнамасы және еңбек саласындағы институционалдық реттеулер.

Қорытындылай келе, кез келген елдің, оның ішінде Қазақстанның индустриялық-инновациялық дамуы өзінің адами капиталын сапалы дайындау мен дамытуға зор шығындар мен ресурстарды талап етеді. Өйткені, тек жоғары білікті қызметкерлер мен табысты кәсіпкерлер ғана сол қоғамның жоғары экономикалық тиімділігіне қол жеткізудің қуатты кепілі болып табылады.

Тұрақты экономикалық даму үшін әлеуметтік-экономикалық негізді білім беру, ғылым, денсаулық сақтау мен мәдениет салалары құрайды. Сондықтан қазіргі Қазақстанда мемлекеттің қызметі білім беруге, ғылымға, денсаулық сақтауға, әлеуметтік қамсыздандыруға, жаңа жұмыс орындарын құруға, тұрғын үй саясатына бағытталатын шығыстар мен инвестицияларды ұлғайту жағына қарай өзгеруде.

Белгілі бір сандық сипаттамалар бойынша Қазақстан жаһандық ауқымдағы ең жақсы көрсеткіштерге ие болғанына қарамастан, орта және жоғары білім сапасы әлі де төмен, бұл Дүниежүзілік бәсекеге қабілеттілік индексінің деректері, сондай-ақ жұмыс берушілермен кері байланыс дәлелдейді. Осыған байланысты білім беру жүйесі жоғары сапалы білім алу үшін жағдайлар мен кепілдіктер жасау; өмір бойы білім беруді жедел жаңарту жүйесін дамыту; білім берудің міндетті негіздерінің іргелі сипаты мен тереңдігі; білім берудің практикалық бағыттылығы; білімнің сәйкестігі, оның білім экономикасын қалыптастырудың қажеттіліктері мен мақсаттарына сәйкестігі қамтамасыз етуі керек.

Білім беру жүйесі бәсекеге қабілетті адами капиталды қалыптастырудың локомотивіне айналуы тиіс. Осыған байланысты, Қазақстандағы адам дамуының ұсынылған талдауы негізінде жоғары білім беру жүйесін дамытудың маңызды деп санаймын. Ерекше атап өтетіні, адами капиталды бағалау республикалық деңгейде жүзеге асырылады, мен бұл

саладағы басты назарды өңірге аудару керек деп санаймын, өйткені дәл осы жерде адами капиталдың табысты жұмыс істеуі және оның дамуы қалыптасады. Аймақтық адами капиталды басқару жүйесінде аймақтың мақсаттарын көрсететін стратегиялық бағыт айқынырақ болу қажет. Белгілі бір аумақта орналасқан компанияларда құндылықтарды қалыптастыруға ерекше назар аударылады: адам ресурстарын дамыту аймақ мүддесіне қызметкердің әлеуетін жұмылдыру үшін жағдай жасауды білдіреді. Адами капиталды интегралды-индексті талдау мен бағалаудың аймақтық тәсілі адами капиталдың жай-күйіне, оны дамыту мәселелеріне және сапалық өзгерістерге қатысты сенімдірек нәтижелерді қамтамасыз етеді.

Мемлекет адам капитал дамуын ынталандыру үшін келесідей механизмдерді қолданғаны жөн:

- Жасанды интеллект дағдыларын оқыту: ЖИ бойынша мемлекеттік оқыту бағдарламалары ЖИ-мен жұмыс істеу үшін қажетті қосымша білім мен дағдыларды бере алады. Бағдарламаға қатысушыларға білімдері мен дағдыларын растауға мүмкіндік беретін сертификаттау жүйесі де құрылуы мүмкін.

- Жасанды интеллект дамуының әлеуетті әсерлерін зерттеу: Қоғамдық зерттеулер ЖИ пайдаланумен байланысты жағымсыз әсерлердің алдын алуға, сондай-ақ адами капиталды дамыту күш-жігерін шоғырландыратын болашақ технологиялық мүмкіндіктерді анықтауға көмектеседі.

- Білім беруді қолжетімді ету: Үкімет субсидиялар мен шәкіртақылар беру, сондай-ақ онлайн білім беруді кеңейту арқылы білім беруді қолжетімді етуге көмектесе алады. Бұл халықтың үйден шықпай-ақ білім алуына және дамуына мүмкіндік береді.

- Қайта оқыту және қайта даярлау бағдарламалары: ЖИ енгізу нәтижесінде жұмыс орындары ескіретін жұмысшылар үшін мемлекет қайта даярлау және қайта даярлау бағдарламаларын әзірлей алады. Бұл оларды тез қайта даярлауға және жұмыстарын сақтауға көмектеседі.

- Инновацияны қолдау: мемлекет ЖИ-ге қатысты ғылыми жобаларды, сондай-ақ жаңа жұмыс орындарын ашуға және осы саладағы адами капиталды дамытуға үлес қоса алатын инновациялық стартаптарды қолдауға бағытталған бағдарламаларды құра алады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Мемлекет басшысы Қ.К.Тоқаевтың Қазақстан Халқына Жолдауы, 2022 1 қыркүйек.
2. Адами капитал бойынша рейтингтік бағалау [Электронды ресурс] URL: hdr.undp.org
3. География человеческого капитала в Республике Казахстан: сравнение регионов, Нюсупова Г.Н. , Айдарханова Г.Б. , Токбергенова А.А.- 2021.
4. Анализ управления инструментами человеческим капиталом, Булов Алексей Андреевич, 2021

ЭФФЕКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Мырзахмет Б.

КазНУ им.аль-Фараби, ВШЭиБ
магистрант

Ғылыми жетекші: Тажиева С.К.
э.ғ.к., доцент

Введение

Маркетинг - это процесс выявления, предвосхищения и удовлетворения потребностей и желаний потребителей посредством создания, продвижения и распространения товаров и услуг. Эффективный маркетинг может быть ключевым фактором в повышении конкурентоспособности организации. Конкурентное преимущество достигается, когда

организация способна предложить продукт или услугу, которые лучше, чем у ее конкурентов, с точки зрения качества, цены или других элементов, которые ценятся клиентами. В этой статье мы рассмотрим способы, с помощью которых эффективный маркетинг может способствовать конкурентоспособности организации, и как организации могут разрабатывать маркетинговые стратегии, которые помогут им достичь этого преимущества.

Методология исследования

Маркетинг играет решающую роль в общей конкурентоспособности организации. Она включает в себя все виды деятельности, процессы и стратегии, которые компания использует для создания, продвижения и распространения своих продуктов или услуг для удовлетворения потребностей и чаяний своих клиентов. В этом обзоре мы исследуем различные способы, с помощью которых маркетинг способствует повышению конкурентоспособности организации.

Одним из основных способов, с помощью которых маркетинг повышает конкурентоспособность, является помощь организации в создании сильной фирменной идентичности. Бренд - это восприятие потребителями продукта или услуги, и оно имеет решающее значение для влияния на их решения о покупке.

Маркетинг способствует создавать и поддерживать неизменный фирменный стиль с помощью различных стратегий, таких как реклама, связи с общественностью и рекламные акции. Когда клиенты сильно идентифицируют себя с брендом, они с большей вероятностью будут придерживаться его, даже если на рынке есть другие аналогичные предложения.

Маркетинг также позволяет организациям получить представление о потребностях и предпочтениях своих клиентов. Проводя маркетинговые исследования, организации могут лучше понять свой целевой рынок и разработать стратегии эффективного удовлетворения потребностей своих клиентов. Эти знания помогают организациям разрабатывать продукты и услуги, которые отвечают конкретным потребностям их клиентов, что приводит к повышению лояльности клиентов и доли рынка.

Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности организации:

Повышение узнаваемости бренда: Маркетинг помогает организациям повысить узнаваемость бренда и его видимость. Сильный бренд необходим для создания лояльности клиентов и развития репутации за качество и надежность.

Генерирование лидов: Маркетинг помогает организациям генерировать лиды, выявляя потенциальных клиентов и обращаясь к ним с помощью целевых сообщений и рекламных кампаний.

Стимулирование продаж: Маркетинг помогает организациям стимулировать продажи, продвигая товары или услуги, предлагая специальные акции и скидки, а также создавая ощущение срочности и ажиотажа вокруг своих предложений.

Повышение удовлетворенности клиентов: Маркетинг помогает организациям повысить удовлетворенность клиентов, понимая их потребности и предпочтения, предоставляя персонализированный опыт и обеспечивая превосходную поддержку клиентов.

Измерение успеха: Маркетинг помогает организациям оценивать успешность своих усилий и соответствующим образом корректировать свои стратегии. Отслеживая такие показатели, как затраты на привлечение клиентов, ценность на протяжении всей жизни клиента и коэффициенты конверсии, организации могут оптимизировать свои маркетинговые расходы и гарантировать, что они получают максимально возможную отдачу от инвестиций.

Управление маркетингом относится к практике определения приоритетов маркетинговых инициатив и стратегий в общем процессе управления и принятия решений компанией. Вместо того чтобы сосредотачиваться исключительно на традиционных бизнес-показателях, таких как выручка и прибыльность, управление с помощью маркетинга уделяет значительное внимание пониманию потребностей, желаний и предпочтений клиентов и использованию этих знаний для принятия бизнес-решений.

Такой подход обычно предполагает ориентацию на клиента и готовность инвестировать в маркетинг и маркетинговые исследования, чтобы получить более глубокое представление о целевой аудитории. Это также включает в себя обязательство согласовывать все аспекты бизнеса, от разработки продукта до продаж и обслуживания клиентов, чтобы соответствовать потребностям и ожиданиям клиентов.

В целом, управление с помощью маркетинга может помочь компании наладить более прочные отношения с клиентами, дифференцироваться от конкурентов и, в конечном счете, способствовать долгосрочному росту и успеху.

Результаты

Существует несколько преимуществ эффективного маркетинга, которые могут способствовать повышению конкурентоспособности организации. Во-первых, эффективный маркетинг может помочь организации лучше понять своих клиентов. Понимая потребности и чаяния клиентов, организация может адаптировать свои продукты или услуги для более эффективного удовлетворения этих потребностей и желаний. Это может привести к повышению лояльности клиентов, поскольку клиенты с большей вероятностью будут удовлетворены продуктами или услугами, разработанными специально для них.

Во-вторых, эффективный маркетинг может помочь организации отличаться от своих конкурентов. Разрабатывая уникальный фирменный стиль и сообщения, которые находят отклик у клиентов, организация может создать конкурентное преимущество, которое конкурентам бывает трудно воспроизвести. Это может привести к увеличению продаж и доли рынка, поскольку клиенты с большей вероятностью выберут организацию, которая предлагает что-то отличное от своих конкурентов.

В-третьих, эффективный маркетинг может помочь организации построить прочные отношения со своими клиентами. Взаимодействуя с клиентами через различные маркетинговые каналы, такие как социальные сети или маркетинг по электронной почте, организация может создать базу лояльных клиентов, которые с большей вероятностью будут рекомендовать организацию другим. Это может привести к увеличению привлечения и удержания клиентов, а также к увеличению продаж и выручки.

В-четвертых, эффективный маркетинг может помочь организации опережать тенденции и изменения на рынке. Отслеживая поведение и предпочтения клиентов, а также новые тенденции в отрасли, организация может адаптировать свои маркетинговые стратегии и предложения, чтобы оставаться актуальными и конкурентоспособными. Это может помочь обеспечить долгосрочный успех и устойчивость.

Разработка эффективных маркетинговых стратегий

Чтобы достичь преимуществ эффективного маркетинга, организации должны разрабатывать маркетинговые стратегии, адаптированные к их конкретным потребностям и целям. Эффективные маркетинговые стратегии должны основываться на глубоком понимании целевого рынка, конкуренции и отраслевых тенденций.

Первым шагом в разработке маркетинговой стратегии является определение целевого рынка. Это включает в себя определение характеристик клиентов, которые с наибольшей вероятностью будут заинтересованы в продуктах или услугах организации. Это можно сделать с помощью маркетинговых исследований, таких как опросы или фокус-группы, или путем анализа существующих данных о клиентах.

Как только целевой рынок определен, организация должна провести конкурентный анализ, чтобы понять сильные и слабые стороны своих конкурентов. Это может помочь организации определить возможности для самоидентификации и создания уникальной позиции на рынке.

Далее, организация должна разработать комплекс маркетинговых мероприятий, включающий четыре основных элемента: продукт, цена, место и продвижение. Продукт относится к особенностям и преимуществам предлагаемого продукта или услуги. Цена относится к стратегии ценообразования, которая будет использоваться, такой как премиальное ценообразование или ценностное ценообразование. Место относится к каналам

распространения, которые будут использоваться для продажи продукта или услуги. Продвижение относится к маркетинговым каналам, которые будут использоваться для повышения осведомленности и интереса к продукту или услуге, таким как реклама или социальные сети.

Наконец, организация должна осуществлять мониторинг и оценку эффективности своей маркетинговой стратегии на постоянной основе. Это можно сделать с помощью таких показателей, как продажи, удовлетворенность клиентов и узнаваемость бренда. Затем в маркетинговую стратегию можно внести необходимые коррективы для обеспечения дальнейшего успеха.

Вывод

Эффективный маркетинг может быть ключевым фактором в повышении конкурентоспособности организации. Понимая своих клиентов, отличаясь от конкурентов, выстраивая прочные отношения с клиентами и опережая тенденции и изменения на рынке, организация может развить устойчивое конкурентное преимущество. Разработка эффективной маркетинговой стратегии, адаптированной к потребностям и целям организации, имеет решающее значение для достижения этих преимуществ. Следуя шагам, описанным выше, организации могут разработать маркетинговые стратегии, которые помогут им достичь своих целей и оставаться впереди конкурентов.

Маркетинг имеет важное значение для создания конкурентных преимуществ для любого бизнеса. Хорошо продуманная маркетинговая стратегия может помочь компании выделиться на фоне конкурентов и дифференцировать свои предложения на рынке. Это играет ключевую роль в установлении узнаваемости бренда и доверия к нему, привлечении потенциальных клиентов, взаимодействии с клиентами и стимулировании продаж.

Вот некоторые ключевые преимущества маркетинга в достижении конкурентоспособности:

Создайте репутацию бренда: Сильная репутация бренда может стать значительным конкурентным преимуществом. Используя маркетинг для создания мощных сообщений бренда и эффективного донесения их до целевой аудитории, компания может зарекомендовать себя как лидер в отрасли и завоевать доверие клиентов.

Повышение вовлеченности клиентов: Маркетинговые стратегии, такие как маркетинг в социальных сетях, маркетинг по электронной почте и контент-маркетинг, позволяют компаниям напрямую взаимодействовать со своими целевыми клиентами, чтобы привлечь их и побудить к покупке. Вовлеченные клиенты с большей вероятностью станут лояльными защитниками бренда.

Увеличение продаж: Благодаря эффективному маркетингу предприятия могут привлекать новых клиентов и удерживать существующих, увеличивая свои продажи и долю рынка. Используя целевые маркетинговые кампании, предприятия могут охватить больше потенциальных клиентов, снизить затраты на привлечение клиентов и максимизировать отдачу от инвестиций.

Будьте впереди конкурентов: Маркетинговые исследования могут помочь компаниям понять потребности и ожидания своих клиентов, а также определить тенденции и возможности рынка. Вооруженные этой полезной информацией, предприятия могут создавать инновационные продукты и услуги, которые удовлетворяют потребности клиентов лучше, чем их конкуренты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Крейн, Ф. Г., Керин, Р. А., & Хартли, С. В. (2019). Маркетинг. The McGraw-Hill Companies, Inc.
2. Котлер П. и Армстронг Г. (2018). Принципы маркетинга. Pearson Education Limited.
3. Шет, Дж. Н., Синха, М., & Сисодия, Р. С. (2006). Влияние маркетинга на общество. Журнал Академии маркетинговых наук, 34 (2), 143-146.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ САЯСАТЫН ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ БОЙЫНША ҰСЫНЫСТАР ӘЗІРЛЕУ

Әбдірәсілұлы А.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ,
Мемлекеттік және жергілікті басқару, 3-курс студенті

Ғылыми жетекші: Жайназар Ә.Ж.
э.ғ.м., оқытушы.

Әрбір мемлекеттің алдына қойған мақсаты мен мұраты тарих сахнасынан өзіндік орнын ала отырып, өркениетті елдердің қатарына қосылу болса, сол экономикасы жақсы дамыған елдердің басты жетістіктері олардың қазба байлықтарының көптігі немесе жер көлемінің үлкендігінде емес, сондағы байлықты өз орнымен игере білуінде. Қазіргі таңда, мемлекет сол қазба байлықтарды игеріп, экспорттау емес, ол қалай игеріліп жатыр және қандай мақсаттарға қолданылып жатыр деген сөзге көбірек мән беруі қажет. Яғни, мемлекет қаражатты инновацияға көбірек бөлгені абзал дегім келеді. Дәлірек айтсақ, инновация деген бір жаңа технология шығару емес, экономиканы тиімді ұйымдастыру, білім, денсаулық сақтау салаларын жаңа әдістермен жетілдіру; оқытуда, стратегия құруда жаңа методикалар мен әдістерді қолдану да инновация болып табылады. Тиісінше, өндіріс ошақтарында аз қалдық шығарып, сол қалдықтарды қайта өңдеу де инновация болып табылады. Біздің мемлекетіміз инновацияға мұқтаж. Елімізде бірқатар жаңа жобалар, түрлі бағдарламалар жүзеге асырылып жатқанымен, көптеген мәселелер өз шешімін таппауда. Инновация әлемде жан-жақты дамуда. Бір елдерде жаңа технологиялар шығарылып жатса, енді бірінде ұйымдастыру мен басқарудың жаңа әдістері мен методикалары қолданысқа енуде. Сол себепті инновация тұрғысынан мемлекет артта қалмауымыз қажет. Егер әлемнің бірқатар елдерімен тереземіз тең болсын десек, инновациялық саясатымызды дұрыс даму бағытына қойғанымыз жөн. Президентіміз Қасым-Жомарт Кемелұлының «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам» атты Жолдауының бірінші бағдарында «Инновация енгізу үшін тиімді ынталандыру шараларын әзірлеген жөн. Сондай-ақ, шығыстың бір бөлігін тарифтік сметаның аясында қайта бөлуге және табыстың белгілі бір бөлігін сақтап қалуға рұқсат беру керек» делінген. Яғни, инновация жаңа экономикалық саясаттың негізгі бөлігі десек те болады.

Инновациялық қызметті мемлекеттік реттеу инновациялық сала институттарының экономикалық қызығушылықтарына мемлекеттік басқару органдарының мақсатты ықпал етуі. Осыған байланысты мемлекеттік басқару органы реттеу субъектісі ретінде, басқару объектісінің керекті жағдайы түрінде немесе оның қызметінің күтілетін нәтижелері түрінде өзінің нақты мақсаттарын айқындауы тиіс. Ұлттық экономикадағы инновациялық белсенділікті жоғарылату мақсатында нарықтық экономикасы бар мемлекеттердің ғылыми-техникалық, инновациялық және экономикалық саласына мемлекеттің ықпалын басқарушылық емес, реттеушілік ықпалына жатқызу керек.

Елімізде бірқатар инновациялық жобалар, стартаптар, бағдарламалар орын алғанымен олардың тиімділігі аса байқалмауда. «Инновациялардың жаһандық индексі» рейтингінде Қазақстан 77 – орынға жайғасқан. Бұл дегеніміз, мемлекетте инновацияның әлдеқайда төмен екендігінің көрінісі. Сондықтанда, түрлі инновациялық жобаларды және әдістерді мемлекет қолдауы керек. Мысалы, мемлекет Алматы қаласы ауасының ластануын шешетін болса, бұл біздің мемлекет үшін инновация. Бізге жаңа технология шығарып, жаңа әдістер шығарып, алға жылжыған жақсы. Дегенмен, шет елдегі кейбір әдістер мен технологияларды мемлекетімізде тиімді қолдану, бұлда біздің мемлекет үшін инновация. Яғни, бізге осы инновация арқылы қарапайым мәселелерді шешу қажет.

Инновациялық қызметтің зерттеу университеттері арқылы дамуы өзге мемлекеттерде қолданылады. Мысалы, инновация және технологияның дамыған ордасы ретінде танытын

Жапония мемлекетін алып қарастырсақ болады. Жапондық инновациялық стратегия батыстың дамыған державалары жағдайында арал мемлекетінің жоғары бәсекеге қабілеттілігінде үлкен рөл атқарады. Оның қарқынды экономикалық өсуі және халықаралық нарықтағы кенет өзгерістерге бейімделудегі икемділігі тиімді инновациясыз мүмкін емес еді. Жапонияның инновациялық саясаты келесі бағыттарды қамтиды:

- 1) ЖОО-да техникалық мамандықтар бойынша оқыту сапасын арттыру;
- 2) оқу үрдісіне жаңашылдық, инновация енгізу;
- 3) университеттер мен жеке сектор арасындағы байланысты нығайту;
- 4) тиімді зерттеулерді қаржылық қолдау;
- 5) зерттеулер мен әзірлемелер (ҒЗТКЖ) үшін зияткерлік меншікті субсидиялау және қорғау;

б) ғылыми-техникалық ынтымақтастық бойынша халықаралық жобаларға көмек көрсету. Көріп отырғанымыздай, Жапония мемлекеті инновацияны университет қабырғасына енгізіп, инновацияны сол кезеңнен бастап дамытқан. Бұл, өз кезегінде, студенттердің инновацияға тез бейімделіп, олардың жаңалық ашуына және жаңа технология шығаруына зор мүмкіндік береді. Дәлірек айтсақ, бұл әдіс инновация дінгегінің мықты болуына және тамыры тереңге кеткен инновациялық базаны қалыптастыруға үлкен мүмкіндік береді. Дегенмен, біз инновацияны оқу процесіне енгізіп, өндірісті айтарлықтай дамыта алмаймыз. Сол себепті, өндірісті инновациялық қолдау қажет. Бұл тұрғыда АҚШ-тың инновациялық саясатын қарастырсақ болады. Бұл мәселе бойынша АҚШ үкіметінің саясаты нені қамтиды: 1) ғылыми жетістіктерді өнеркәсіпке енгізу үшін оларды дамытуға басымдық беру; 2) құны жоғары технологияларды өндіру, бұл түптеп келгенде орасан зор пайда әкелетін нарық көшбасшыларын қалыптастырады: мемлекет заманауи өндіріске инвестицияны белсенді түрде тартады; 3) орталықсыздандыру стратегиясын пайдалану, орталықтан реттеудің жоқтығы және қатаң саяси байланыстар; 4) АҚШ өнеркәсібінің жоғары технологиялық секторындағы компаниялардың шығармашылық бастамасын еркін дамыту мүмкіндігі; 5) білім беру жүйесін қолдаудағы ғылыми мекемелердің басымдығы. Сонымен қатар, АҚШ-та мемлекет процестің материалдық жағын қамтамасыз етіп қана қоймай, еңбекке қолайлы жағдай жасайды. Инновациялық ортаны дамытуды, өнертабысты, патенттеуді, жаңа өнімді өндіріске енгізуді мемлекеттік қолдау принципі АҚШ саясатының негізгі бағыты болып табылады. Бұл принцип дамудың экстенсивті жолынан толықтай бас тартуға және экономикалық көрсеткіштердің өсудің сапалы жаңа көздеріне көшуге негізделген. Көріп отырғанымыздай, дамыған елдер инновациялық қызметті дамыту үшін көп жағдайда, университеттерге көптеп қолдау білдіреді. Бұл, біріншіден, новаторлар мен инновациялық білікті мамандарды даярлауға; екіншіден, студенттердің зерттеуге жан-жақты қажеттіліктерінің болуына; үшіншіден, инновациялық тәуекелдерді азайтуға мүмкіндік береді. Инновацияны енгізу үшін, сол қызметті әрі қарай дамытып, алып кететін мықты маман болу қажет. Ал университет қабырғасында инновациялық білімі бар, технологиямен айналысқан студент үшін бұл оңай болмақ. Тиісінше, университет қабырғасында зерттеліп, сыналған инновация болашақта нарыққа шығарда, қоғамға тез бейімделіп, тәуекелді азайтады.

Қазіргі таңда, елімізде инновацияға қатысты гранттар мен түрлі жеңілдіктер берілуде. Инновациялық гранттар Қазақстандағы инновациялық қызметті мемлекеттік қолдаудың маңызды құралдарының бірі болып табылады. Олар 3 негізгі бағыт бойынша беріледі:

- 1) коммерцияландыруға арналған инновациялық гранттар;
- 2) жұмыс істеп тұрған кәсіпорындарды технологиялық дамытуға арналған инновациялық гранттар;

3) салаларды технологиялық дамытуға арналған инновациялық гранттар. Сонымен қатар, елімізде технопарктер салынып, стартаптарға көптеп көңіл бөлінуде. 2018 жылы Astana Hub IT-стартаптары халықаралық технопаркінің жұмысы басталды. Технопарк "Цифрлық Қазақстан" мемлекеттік бағдарламасының бесінші бағыты – инновациялық экожүйені дамыту шеңберінде ашылды.

Қазақстан Республикасының мемлекеттік инновациялық саясатымынадай негізгі принциптер негізінде қалыптасады және жүзеге асырылады:

- қоғамдық өндірістің технологиялық даму деңгейінің тиімділігін, ғылымды қажетсінетін өнімнің бәсекеге қабілеттілігін, халықтың өмір сүру сапасын және экономикалық қауіпсіздікті арттыру үшін инновациялық қызметтің басым маңыздылығын мойындау;

- инновацияны мемлекеттік реттеуді қамтамасыз ету инновациялық саладағы бәсекелестік механизмнің тиімді жұмыс істеуімен үйлесетін қызмет;

- қоғамдық ресурстарды құруға шоғырландыру және экономикадағы прогрессивті құрылымдық өзгерістерді қамтамасыз ететін негізгі инновацияларды тарату;

- инновациялық сферада нарықтық қатынастарды дамыту үшін жағдай жасау және инновация процесінде жосықсыз бәсекенің жолын кесу;

- инновациялық қызметті жүзеге асыру барысында қолайлы инновациялық ахуал жасау;

- Қазақстан Республикасының инновациялық саладағы халықаралық ынтымақтастығын жандандыру;

- инновациялық қызметті жүзеге асыру барысында қорғаныс қабілетін нығайту және ұлттық қамтамасыз ету бойынша мемлекеттің қауіпсіздігі.

Индустриялық-инновациялық саясатты жетілдіру мақсатында инновациялық инфрақұрылым құрылды, оның шеңберінде мемлекеттік даму институттары жұмыс істейді, мысалы, «Қазақстанның Даму банкі» АҚ, «Қазақстанның инвестициялық қоры» АҚ, «Ұлттық инновациялық қор» АҚ, «Шағын кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ, «Инжиниринг және технологиялар трансферті орталығы» және басқалары, сондай-ақ еркін экономикалық аймақтар. Бүгінде, әлемде біршама роботтар өз қызметін атқаруда. «Роботтың тығыздығы» – Халықаралық робототехника федерациясы (IFR) қолданатын көрсеткіш. Ол саладағы 10 000 жұмысшыға шаққандағы роботтардың санын өлшейді. 2015 жылдан 2020 жылға дейін әлем бойынша роботтардың тығыздығы екі есеге жуық өсті, 2015 жылғы 66 бірліктен 2020 жылы 126 бірлікке дейін.

Аймақтық контексте роботтардың ең жоғары тығыздығы 2020 жылы Азияда тіркелді, ол әлемдік орташа деңгейден асып түседі және 134 бірлікті құрайды. Еуропа жаһандық орташа деңгейден сәл төмен (123 бірлік), одан кейін 111 бірлікпен Америка. Қазіргі таңда, роботтандыру бойынша әлемде көш бастап тұрған мемлекет Оңтүстік Корея. Оңтүстік Корея роботтардың тығыздығы бойынша әлемде көшбасшы екені таңқаларлық емес. Оңтүстік Кореядағы бұл көрсеткіш әлемдік орташа көрсеткіштен жеті есе жоғары, ал 2015 жылдан бері ел роботтардың тығыздығын жыл сайын 10%-ға арттырып келеді.

Оңтүстік Корея өнеркәсіптік робототехниканың екі негізгі саласында: электроника мен автомобильде күшті ұстанымға ие. Оңтүстік Корея 2019 жылғы тізімде екінші болғанымен, ол бұрын әрқашан бірінші орында болған. 10 000 қызметкерге шаққанда өнеркәсіптік роботтар саны: 932. Сингапур 10 000 қызметкерге шаққанда өнеркәсіптік роботтардың 2019 жылы 918-ден 2020 жылы 605-ке дейін азайғанын көретін тізімдегі жалғыз ел. Бұл құлдыраудың бір бөлігі IFR есептерінің өзгеруіне байланысты болуы мүмкін. Дегенмен, Сингапур автоматтандыру бойынша көшбасшы болып табылады. 2015 жылдан бері елдегі роботтардың тығыздығы жыл сайын орта есеппен 27%-ға артып келеді. Жапония 2019 жылғы деңгейде қалып отыр. IFR деректері бойынша Жапония өнеркәсіптік роботтарды өндіру бойынша әлемдегі жетекші орынға ие. Жапон өндірушілері әлемдегі роботтарды жеткізудің 45% алады. 10 000 қызметкерге шаққанда өнеркәсіптік роботтар саны: 390. Алғашқы үштіктен кейін, тізім бойынша Германия 4-ші, Швеция 5-ші, Гонконг 6-шы, АҚШ 7-ші, Тайвань 8-ші, ҚХР және Дания 9-шы орындарға жайғасқан. Ал үздік ондықты аяқтайтын мемлекет Италия. Италия көрсеткіші 2019 жылы 212 бірліктен 2020 жылы 224 бірлікке өсті. Италия 2019 жылы 11-ші орынды иеленсе, қазіргі көрсеткіші бұл мемлекет үшін үлкен жетістік іспеттес. Бірақ Италия Еуропалық Одақ елдерінің роботтандыру

рейтингінде Германия, Швеция және Даниядан кейін төртінші орында. 10 000 қызметкерге шаққанда өнеркәсіптік роботтар саны: 224. Ал көршілес Ресей елі өндірісті роботтандыру деңгейі төмен елдердің қатарында: 2018 жылы әрбір 10 000 жұмысшыға 5 роботтан келетін болса, бір жыл бұрын – 4. Өткен жылы Ресейде 1000-нан сәл астам робот енгізілді, оның 40% дерлік автомобиль өнеркәсібі. Бүгінде, бұл көрсеткіш айтарлықтай өзгермеген. Біздің еліміздің көрсеткіші көңіл көншітпеседе, алға қарай жылжу бар. Дәлірек айтсақ, Қазақстан бұл сала бойынша әлі де даму үстінде. Қазақ өнеркәсібінде негізінен роботтық манипуляторлар қолданылады. Мысалы, «СарыарқаАвтоПром» кәсіпорнында дәнекерлеу және сырлау жұмыстарына роботтық манипуляторлар қолданылады. Еңбек министрлігінің сайтында виртуалды кеңесші Ai.Dana бар. 24/7 қызметі мемлекеттік қызметтер туралы сұрақтарға жауап береді және әлеуметтік-еңбек саласы туралы ақпаратпен бөліседі. Қазақстанның Ішкі істер министрлігі Пермьдік өндірушіден 1,8 миллион рубльге полиция роботын сатып алды. Полиция роботы қауіпті жағдайда құқық қорғау органдарына хабарлауға қабілетті. Ол тәртіп бұзушыларды тіркеу жүйесімен біріктірілген, оның айналасында болып жатқан оқиғаларды камераға түсіреді және құқық бұзушыларды көзбен тани алады. Сондай-ақ, робот саусақ іздерін алып, оларды DVD деректер базасымен салыстыра алады. «Robosor» «бомба», «терроризм» және т.б. сияқты кілт сөздерге жауап береді.

Жоғарыда аталғандардың бәрі Қазақстанның роботтандыру саласы бойынша дамудың бар екендігінің көрінісі. Қазіргі таңда, көптеген мемлекеттер цифрлық экономиканы жан-жақты зерттеп, соған қарай көшуде. Бұл тұрғыдан, біздің еліміз жақсы даму қарқынын алып келеді. Зерттеу аясында CRTR сарапшылары Қазақстанды цифрландыру, оның ішінде халықаралық рейтингтер негізінде өзекті ақпаратты жинады. Осылайша, 2020 жылғы Цифрлық даму индексі бойынша Қазақстан цифрландырудың қазіргі жағдайы бойынша 90 елдің ішінде 55-ші орында, цифрландыру қарқыны бойынша 20-шы орында. Мемлекетте цифрлық қосымшалар жақсы дамығанмен, интернет желісімен мемлекет аумағы түгел дерлік қамтылмаған және халықтың цифрлық сауаттылығы жоғары емес. Алдағы уақытта цифрлық экономиканы, цифрлық дамуды әрі қарай дамытатын болсақ, онда халықтың цифрлық сауаттылығын арттыруымыз қажет. Бұл, өз кезегінде, төртінші өнеркәсіптік революцияға дайындықтың алғышарты болмақ.

Қазақстан инновациялық саясатын белсенді түрде дамытып, экономиканың әртүрлі салаларына инвестиция мен технологиялық инновацияларды тарту бойынша жұмыс жүргізуде. Дегенмен, осыған қарамастан, Қазақстанның инновациялық саясатында бірқатар проблемалар бар:

1) Қаржыландырудың жеткіліксіздігі: Негізгі проблемалардың бірі ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарды қаржыландырудың жеткіліксіздігі болып табылады. Көптеген компаниялар мен стартаптар жобаларын іске қосу үшін жеткілікті қаражат ала алмайды.

2) Білікті кадрлардың жетіспеушілігі: ғылым мен техника саласындағы жоғары білікті мамандардың болуы табысты инновациялық саясаттың негізгі факторы болып табылады. Дегенмен, Қазақстанда білікті кадрлар жетіспейді, бұл инновациялық экономиканың дамуын шектеуі мүмкін.

3) Ауқымдылықтың жоқтығы: Қазақстан нарығы салыстырмалы түрде шағын және айтарлықтай экономикалық әсерлер жасау үшін жеткілікті ауқымға ие емес. Бұл басқа елдермен және әлемдік инновациялық орталықтармен байланыстың жоқтығынан болуы мүмкін.

4) Коммерцияландырудың төмен деңгейі: Қазақстанда ғылыми белсенділік жоғары, бірақ коммерцияландыру деңгейі төмен. Бұл көптеген ҒЗТКЖ нақты бизнес жобаларға айналмайды дегенді білдіреді.

5) Тиісті заңнаманың болмауы: кейбір заңдар мен нормативтік құқықтық актілерде инновациялық бизнестің ерекшеліктері ескерілмейді, бұл оның дамуына кедергі келтіруі мүмкін.

б) Бизнес пен ғылым арасындағы байланыстың жоқтығы: Қазақстанда бизнес пен ғылыми зерттеулер арасында алшақтық бар, бұл ғылыми эзирлемелерді өндіріске көшіруді қиындатады.

Бұл мәселелерді шешу үкіметтің, бизнестің және ғылыми қауымдастықтың бірлескен күш-жігерін қажет етеді. Сонымен, елде инновацияға қатысты заңнамаларды қайта қарап, мемлекет тарапынан инновацияға көмек көптеп берілуі тиіс. Кәсіпорындарды автоматтандырып, тиімді жұмыс күшін ұйымдастыру қажет. Сонымен қатар, новаторларды қолдап, оларға қолайлы жағдай қалыптастыру маңызды. Зерттеу университеттер санын арттырған жақсы, бірақ та, инновациялар мен технологияларды басқарып, оларды қолданысқа енгізе алатын мамандарды даярлауды ескеруіміз қажет.

Қазақстанның инновациялық саясатын дамыту үшін бірнеше негізгі бағыттарды қарастыру қажет:

1) Шетелдік инвесторларды тарту және ұлттық инвестициялық әлеуетті дамыту үшін қолайлы инвестициялық ахуал жасау.

2) Ғылыми-техникалық қызмет пен инновацияларды ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар үшін инфрақұрылым құру, сондай-ақ ғылыми жобаларды қаржыландыру және коммерцияландыру арқылы қолдау.

3) Инновация және ғылым саласында жоғары білікті кадрларды даярлау, сондай-ақ жұмыс істеп тұрған мамандарды даярлау және қайта даярлау арқылы адами капиталды дамыту.

4) Қаржылық және салықтық қолдау көрсету, сондай-ақ консультативтік қызмет көрсету арқылы шағын және орта бизнесті, оның ішінде ісін жаңа бастаған кәсіпкерлерді дамытуға жәрдемдесу.

5) Инновациялар және ғылым саласындағы халықаралық ынтымақтастық пен әріптестікті, оның ішінде халықаралық ғылыми-технологиялық бағдарламаларға қатысу арқылы нығайту.

6) Инновациялық саясаттың тиімділігін бағалау және бақылау тетіктерін құру, сондай-ақ стратегия мен іс-қимыл жоспарларын жүйелі түрде жаңарту құралдарын енгізу.

Бұл шараларды біріктіру Қазақстандағы инновациялық экономиканы дамыту үшін қолайлы жағдай жасайды, ол экономиканың өсуіне, әлемдік аренадағы бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және халықтың өмір сүру сапасын жақсартуға ықпал етеді.

Инновация – бүкіл әлем көз тіккен маңызды сала. Инновациямен дамып, көркейіп отқан елдерді көріп жүрміз. Сол себепті де, елдің инновациялық саясатын дұрыс қалыптастыру әрқаз маңызды болмақ. Себебі, инновация – медицина, құқық, тәртіп, өндіріс, қызмет көрсету сынды салалардың бәрін қамтиды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Кемелұлы Тоқаевтың Қазақстан халқына жолдауы. «ӘДІЛЕТТІ МЕМЛЕКЕТ. БІРТҰТАС ҰЛТ. БЕРЕКЕЛІ ҚОҒАМ» 2022 жылғы 1 қыркүйек.

2. «Қазақстанда робототехника қалай дамиды және оның болашағы» [Электронды ресурс]/URL: <https://bluescreen.kz/>

3. «Қазіргі заманғы жасанды интеллект» [Электронды ресурс]/URL: <http://vc.ru/future/>

4. Г.С. Абдирайымова, С.А. Амитов "Инновационное развитие", VIII Международная научная конференция.

РОЛЬ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

Алимбекова А.М.

КазНУ имени аль-Фараби

ЕМВА Деловое администрирование, магистрант 2 курса

Введение

В данной статье рассматриваются актуальные вопросы менеджера на эффективность управленческого решения в компании. Описаны основные базовые операции в работе менеджера. Описано место управленческого решения в системе менеджмента: выявлены особенности управленческого решения, его классификация, признаки.

Цель работы - рассмотреть теоретические и практические аспекты принятия управленческих решений. Описать практические аспекты вопроса на примере предприятия АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева». Провести анализ количества выполненных и невыполненных управленческих решений в АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева» за 3 года и сформулировать выводы по проведенному исследованию.

Литературный обзор

В данной статье рассматриваются теоретические и практические аспекты принятия управленческих решений в системе менеджмента.

Актуальность темы в настоящее время для многих организаций состоит в практическом интересе к изучению влияния на эффективность принятия управленческих решений. Следовательно, данное направление исследования является весьма актуальным и значимым, и позволит повысить эффективность управленческих решений на предприятиях.

Понятие «управленческое решение» определяется авторами следующим образом (таблица 1).

Таблица 1

Определение понятия «управленческое решение»

Автор	Определение управленческого решения
Зуб А. Т.	творческий акт субъекта управления, определяющий программу деятельности коллектива по эффективному разрешению возникшей проблемы на основе знания объективных законов функционирования управляемой системы и анализа информации об ее состоянии
Ивасенко А. Г.	выбор, который должен сделать руководитель, чтобы выполнить обязанности, обусловленные занимаемой им должностью.
Логинов В. Н.	важнейший вид управленческого труда, а также совокупность взаимосвязанных, целенаправленных и логически последовательных управленческих действий, которые обеспечивают реализацию управленческих задач
Ременников В. В.	творческое, волевое действие субъекта управления, которое основывается на знании объективных законов в сфере функционирования управляемой системы и анализа информации об её функционировании.
Стефаненко М. Н., Миндолина В. Ю.	выбор альтернативы, осуществленный руководителем в рамках его должностных полномочий и компетенции и направленный на достижение целей организации
Примечание – составлено автором на основе источников [1], [2], [3], [4], [5].	

Изучив различные подходы к понятию управленческих решений, можно констатировать, что данный аспект проблемы исследуется в работах многих авторов. На основе рассмотренных концепций можно сказать, что принятие управленческого решения представляет собой сознательный выбор из имеющихся вариантов или альтернатив направления действий, создающих разрыв между настоящим и будущим желательным состоянием организации. Данный процесс включает много разных элементов, но непременно в нем присутствуют такие элементы, как проблемы, цели, альтернативы и решения как выбор альтернативы. Данный процесс лежит в основе планирования деятельности организации, так как план – это набор решений по размещению ресурсов и направлению их использования для достижения организационных целей.

Методология исследования

Материальной базой исследовательской работы являются: анализ современной литературы зарубежных и казахстанских авторов, методы сравнительного анализа и синтеза, а также специальные статистические методы исследования. В качестве прикладного метода использовался анализ данных предприятия АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева». Источниками информации, используемыми для проведения исследования, являются учебная литература, научные издания, периодические издания, монографии, диссертации, отчетные данные АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева».

Результаты и дискуссия

Далее опишем подробнее место управленческого решения в системе менеджмента.

Менеджмент можно определить как процесс сбора информации, разработки решений и организации их выполнения, поэтому разработка управленческих решений и их реализация составляют важнейшую сторону деятельности любой организации и во многом определяют эффективность ее функционирования [1].

Решение – это результат мыслительной деятельности субъекта управления. Оно заключается в выборе наилучшей из альтернатив достижения конкретной цели управления [2].

Решение может быть направлено на создание или поддержание постоянно идущих процессов, достижение определенных результатов, начало или прекращение какой-либо деятельности, разрешение возникших проблем и т.д. Решения могут приниматься людьми по самым разным вопросам. Распространенным видом решения выступает управленческое решение.

От других решений оно отличается тем, что разрабатывается линейными и функциональными менеджерами. Однако не всякое решение, принимаемое руководством, следует рассматривать как управленческое. Так, например, решения, связанные с оформлением документации и другими организационно технологическими моментами деятельности организации, не всегда являются управленческими решениями [3].

К управленческим решениям относят решения, направленные на:

- разработку и реализацию стратегии развития;
- управленческую деятельность в целом;
- управление человеческими, материальными, финансовыми, информационными ресурсами;
- управление бизнес-процессами;
- управление производственной и обслуживающей деятельностью;
- формирование коммуникаций с внешней средой и другие [4].

Управленческие решения отличаются не только своим содержанием, но и ориентацией на достижение определенных экономических и социальных результатов деятельности организации. Место решения в менеджменте: в современном менеджменте организация рассматривается как открытая система, главные предпосылки успеха которой находятся в ее окружении.

Поэтому главной задачей субъектов и органов управления является своевременное и адекватное реагирование на различные внешние события.

В научной литературе нередко решение рассматривается как форма реакции менеджера на происходящие изменения, а процесс формирования решений трактуется как процесс выработки и принятия важных действий по разрешению проблем создания, развития и функционирования организации [5].

Вместе с тем, как показывает практика, в реальной ситуации среди менеджеров отношение к управленческим решениям далеко не однозначное: так, 25% профессиональных менеджеров воспринимают решение, всего, как процесс исследования проблемы и выработки базового, но еще не принятого варианта ее разрешения; 55% менеджеров понимают под решением принятый, но еще не реализованный вариант осуществления их собственных действий в деятельности организации в конкретной

ситуации; 15% менеджеров обращают приоритетное внимание на процесс практической адаптации и реализации принятого варианта на решение как разработанном, действий; 5% акцентируют внимание на решении как на фактически принятом, адаптированном и успешно осуществленном варианте признанных необходимыми и оправданными действий [6].

Управленческие решения многообразны и поэтому их принято классифицировать по ряду признаков:

- по функциональной принадлежности выделяют плановые, организационные, мотивирующие, контролирующие, координирующие и др.;

- по содержанию: социально-политические, производственные, экономические, технологические и др.;

- по масштабам воздействия: общие и частные;

- по направленности воздействия: внешние и внутренние;

- по повторяемости выполнения: однотипные, разнотипные, инновационные;

- по срокам действия: постоянные, периодические, краткосрочные, долгосрочные и т.д.;

- по форме представления: письменные, устные;

- по способу разработки: индивидуальные (единоличные), коллегиальные (групповые) и т.д.;

- по степени директивности: обязательные для исполнения, рекомендательные;

- по количеству целей: одноцелевые, многоцелевые;

- по типу целей: оперативные, тактические, стратегические;

- по количеству критериев: однокритериальные, многокритериальные [7].

В рамках данной статьи рассмотрим и практические аспекты вопроса на примере предприятия АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева».

АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева» (далее – Общество), является акционерным обществом в значении, определенном Гражданским кодексом Республики Казахстан. Компания была создана 25 мая 2005 года.

Основной вид деятельности - производство и реализация электроэнергии.

Директор Общества является ключевой фигурой. От его способности правильно организовать работу зависит успех и прибыль предприятия. В его обязанности входит организация всей деятельности предприятия.

Цели, стоящие перед директором Общества:

- 1) Увеличение оборота.
- 2) Получение максимальной прибыли от продаж.
- 3) Формирование имиджа компании.
- 4) Обеспечение функционирования компании.
- 5) Обеспечение бесперебойной работы компании.

Для достижения вышеперечисленных целей директору Общества приходится сталкиваться с множеством задач и принимать управленческие решения.

Управленческие решения в АО «Алюминий Казахстана» принимаются Генеральным директором совместно с менеджерами высшего звена в 4 этапа:

- сбор информации на основе отчетов подразделений и исполнительного директора;

- обсуждение проблемы, поиск пути ее решения, фиксация возможных вариантов;

- участники избирают лидера, который подробно излагает свое мнение по решению задачи - часто это бывает Генеральный директор;

- каждый участник высказывает свои предположения;

- принимается решение, назначаются сроки выполнения решения и исполнители.

В рамках данной статьи был проведен анализ количества выполненных и невыполненных управленческих решений в 2020-2022 гг. (таблица 1).

Анализ количества выполненных и невыполненных управленческих решений в АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева» в 2020-2022 гг. (шт.)

Год	Количество принятых управленческих решений за	Количество выполненных управленческих	Количество невыполненных управленческих решений	Доля невыполненных решений от общего количества
2020 г.	304	233	71	23,5
2021 г.	438	339	99	22,6
2022 г.	507	384	123	24,3

Схематично данные представлены на рисунке 1.

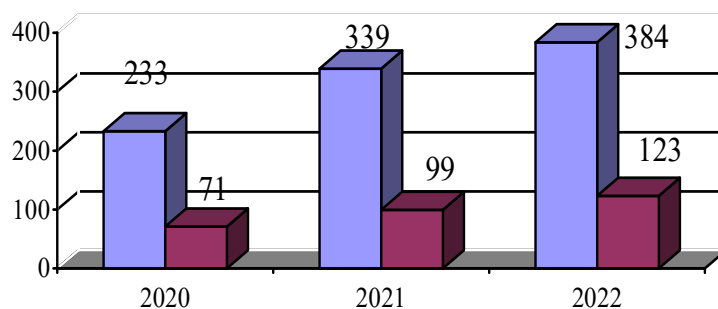


Рисунок 1 - Количество выполненных и невыполненных управленческих решений руководителем АО в 2020-2022 гг., шт.

Из проведенного анализа видны следующие результаты по выполненным / невыполненным управленческим решениям в АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева» за последние 3 года:

- в 2020 году процент невыполненных управленческих решений в срок составил 23,5%;
- в 2021 году процент невыполненных управленческих решений в срок составил 22,6%;
- в 2022 году процент невыполненных управленческих решений в срок составил 24,3%.

Из представленных данных видно, что значительная часть управленческих решений выполняется с задержкой, в 2022 году наблюдается увеличение доли невыполненных решений в срок. На основании этого можно заключить, что работа в данном направлении должна быть продолжена руководителем Общества. Должны быть приняты меры по совершенствованию данного процесса, исключив имеющиеся проблемы и недостатки в части принятия управленческих решений в АО.

Выводы

Таким образом, теоретический анализ исследования показал, что эффективность и качество управленческого решения достигаются лишь в том случае, когда соблюдается технология принятия и реализации управленческого решения, процесс осуществляется в определенной последовательности.

Рассмотрев мнения многих авторов на данную проблему, мы пришли к выводу, что проблема принятия решений в широком смысле слова достаточно сложна, ее следует скорее отнести к междисциплинарной, поскольку выбор наилучшего решения из множества альтернативных вариантов – это всегда результат комплексного рассмотрения различных аспектов: экономического, управленческого, социального, организационного, логического, математического, информационного, технического, технологического, правового и многих других

Практический анализ рассматриваемой темы позволил увидеть достоинства и недостатки принятия управленческих решений в АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева», выявить имеющиеся проблемы в данной области. В данном случае результаты принятия

решения в основном зависят от аналитических способностей лиц, принимающих решение. Основной недостаток - большая вероятность выбора ошибочного решения, минимальное число рассматриваемых вариантов решений. Поэтому работа в данном направлении по совершенствованию принятия управленческих решений должна быть продолжена в рамках деятельности АО «Мойнакская ГЭС им.У.Д.Кантаева».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зуб А. Т. Принятие управленческих решений. Теория и практика / А.Т. Зуб. - Москва: Синтег, 2017. - 400 с
2. Ивасенко А. Г. Разработка управленческих решений / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, Е.Н. Плотникова. - М.: КноРус, 2016. - 168 с
3. Логинов В. Н. Методы принятия управленческих решений. Учебное пособие / В.Н. Логинов. - М.: КноРус, 2019. - 224 с
4. Ременников В. В. Разработка управленческого решения: Учеб. пособие для вузов. М.: Юнити-дана, 2020. -201 с.
5. Стефаненко М. Н., Миндолина В. Ю. Механизм принятия управленческих решений // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства. – 2019. – № 2. - С 448-452
6. Высочина М.В. Факторы принятия управленческого решения // Экономика и управление. – 2022. – № 5 – С. 21-26.
7. Мифтахова А. А. Диагностика деятельности профессиональных менеджеров // Инфокоммуникационные технологии. – 2021. – №1. – С. 64-70.

УПРАВЛЕНИЕ БАНКОВСКИМИ ИННОВАЦИЯМИ В КАЗАХСТАНЕ

Туредин А.

магистрант 2-го курса,
«6М04112 – Менеджмент»
Каз.НУ им. Аль-Фараби

Руководитель: Сокира Т.С.
к.э.н., доцент, и.о. профессора

Аннотация

Финансовый сектор Казахстана претерпел значительные преобразования за последние несколько десятилетий. Внедрение финансовых инноваций сыграло решающую роль в формировании сектора, что привело к качественным изменениям в обслуживании своих клиентов. Однако по мере того, как финансовые инновации продолжают развиваться, банкам важно эффективно ими управлять. В данной статье мы обсуждаем управление финансовыми инновациями в банковской сфере Казахстана.

Введение

Банковская отрасль в Казахстане пережила значительный рост за последние два десятилетия. Финансовые инновации были в авангарде этого роста, когда банки использовали новые технологии и продукты для улучшения своей деятельности и предоставления более качественных услуг своим клиентам. Однако внедрение финансовых инноваций также поставило перед банками задачи по эффективному управлению ими.

Финансовые инновации относятся к внедрению новых финансовых инструментов, продуктов, услуг и процессов, которые предназначены для повышения эффективности и действенности финансовой системы. В банковском секторе финансовые инновации привели к разработке новых платежных систем, мобильных банковских приложений, онлайн-банкинга и цифровых валют.

В целом, в данной статье сделана попытка обратить внимание заинтересованных сообществ и институтов на преобразующее влияние финансовых инноваций и финансовых технологий в финансовой отрасли в контексте происходящей цифровой трансформации.

Литературный обзор

Внедрение финансовых инноваций в банковской сфере Казахстана является до настоящего времени актуальнейшей проблемой и предметом обсуждения отечественными учеными. Так, например, по мнению исследователя Исаевой с соавторами (2020), внедрение финансовых инноваций в банковской сфере Казахстана привело к усилению конкуренции и улучшению обслуживания клиентов. В этом исследовании также показано, что существуют проблемы в управлении финансовыми инновациями, особенно в плане соблюдения нормативных требований и использования технологической инфраструктуры.

В другом исследовании Айнабековой и соавторов (2020) были обсуждены проблемы внедрения цифровых банковских услуг в Казахстане. В исследовании подчёркивается, что основные проблемы, на пути внедрения, связаны с отсутствием нормативно-правовой базы, ограниченностью технологической инфраструктуры и отсутствием доверия клиентов к цифровым банковским услугам. Отрадно, что в исследовании даны рекомендации правительству. Предложено разработать нормативную базу, поддерживающую внедрение цифровых банковских услуг в стране.

Дауленова и Тэйлор (2021) в своей статье определили влияние финансовых инноваций на деятельность банков в Казахстане. Исследование показало, что финансовые инновации оказывают положительное влияние на финансовые показатели банков, особенно с точки зрения прибыльности и эффективности. Вместе с тем авторы обнажают проблемы в управлении финансовыми инновациями, особенно связанные с управлением рисками, связанными с новыми финансовыми продуктами и услугами.

В исследовании Паташковой и соавторов (2021), определяется влияние финансовых инноваций и финансовых технологий на цифровую трансформацию финансовой отрасли. В статье представлен обзор последних тенденций и разработок в области финансовых инноваций, включая более широкое использование мобильного банкинга, цифровых валют и технологии блокчейна. Авторы также рассматривают потенциальные выгоды и риски финансовых инноваций и определяют роль регулирующих органов в управлении данными рисками.

Обсуждение проблемы

1. Разработка комплексной инновационной стратегии в Казахстане

Инновации необходимы казахстанским банкам, чтобы оставаться конкурентоспособными на мировом рынке. Разработка комплексной инновационной стратегии может помочь банкам определить возможности для инноваций и расставить приоритеты, эффективно распределить ресурсы и оценить успех своих инновационных инициатив. Это также помогает банкам опережать новые технологии и тенденции, позволяя им удовлетворять меняющиеся потребности и ожидания своих клиентов.

Комплексная инновационная стратегия описывает цели и задачи банка, а также ресурсы, необходимые для успешного внедрения финансовых инноваций. Она также позволяет определять риски, связанные с финансовыми инновациями и способы управления ими. Разработав комплексную инновационную стратегию, банки в Казахстане смогут определить области для инноваций и расставить приоритеты, эффективно распределять ресурсы и измерять успех своих инновационных инициатив.

Ниже приведены некоторые ключевые шаги, которые банки в Казахстане могут предпринять для разработки комплексной инновационной стратегии:

– Первым шагом в разработке инновационной стратегии является определение ключевых областей для инноваций. Банки в Казахстане могут проводить исследования рынка для выявления новых тенденций и технологий в финансовом секторе и определять области, в которых они могут отличаться от своих конкурентов.

– После определения ключевых областей для инноваций, банкам в Казахстане необходимо определить свои цели и задачи в сфере инноваций. Этот шаг включает в себя постановку конкретных, измеримых, достижимых, актуальных и ограниченных по времени (SMART) целей, соответствующие их общей бизнес-стратегии.

– После определения целей и задач казахстанским банкам необходимо эффективно распределять ресурсы для реализации своих инновационных инициатив. То есть, необходимо определить финансовые, человеческие и технологические ресурсы, необходимые для достижения инновационных целей и обеспечения их надлежащего распределения.

– Чтобы измерить успех принимаемых инновационных инициатив, банкам в Казахстане необходимо установить показатели, соответствующие их инновационным целям и задачам. На данном этапе предстоит установление контрольных показателей, проведение мониторинга прогресса и внесение корректировок по мере необходимости, чтобы убедиться в правильности пути к достижению своих инновационных целей.

– Разработка комплексной инновационной стратегии также включает управление рисками, связанными с финансовыми инновациями. Банки в Казахстане должны своевременно выявлять и оценивать потенциальные риски, связанные с их инновационными инициативами и устанавливать соответствующие меры контроля и планы на случай непредвиденных обстоятельств для их снижения.

Разработка комплексной инновационной стратегии имеет решающее значение для банков в Казахстане, чтобы оставаться конкурентоспособными и удовлетворять потребности своих клиентов.

Комплексная инновационная стратегия описывает цели и задачи банка, а также ресурсы, необходимые для успешного внедрения финансовых инноваций. Определяя ключевые области для инноваций, определяя цели и задачи, эффективно распределяя ресурсы, устанавливая показатели успеха и управляя рисками, связанными с финансовыми инновациями, банки в Казахстане могут использовать силу инноваций и оставаться актуальными в постоянно меняющемся финансовом ландшафте.

2. Формирование культуры инноваций в Казахстане

Инновации имеют решающее значение для роста и успеха бизнеса в любой отрасли. Создание культуры инноваций необходимо организациям, чтобы оставаться конкурентоспособными и удовлетворять потребности своих клиентов. Формирование культуры инноваций включает в себя создание среды, которая поощряет и способствует творчеству, риску и экспериментированию. Это позволяет организациям постоянно улучшать свои продукты, услуги и процессы, что приводит к повышению эффективности, результативности и прибыльности. Формирование культуры инноваций особенно важно в Казахстане, поскольку предприятиям необходимо опережать новые технологии и тенденции, чтобы оставаться конкурентоспособными на мировом рынке.

Культура инноваций также привлекает и удерживает лучшие таланты, поскольку сотрудники с большей вероятностью будут вовлечены и мотивированы в среде, которая поощряет творчество и экспериментирование. Это также помогает организациям быстро адаптироваться к изменениям в бизнес-среде, таким как изменения потребительских предпочтений или экономических условий.

Ниже приведены некоторые из ключевых шагов, которые организации в Казахстане могут предпринять для создания культуры инноваций:

– Чтобы развивать культуру инноваций, организациям в Казахстане необходимо поощрять творчество и сотрудничество среди своих сотрудников. Что предполагает создание среды, в которой сотрудники чувствуют себя комфортно, делясь своими идеями и сотрудничая со своими коллегами для разработки новых и инновационных решений.

– Организациям в Казахстане необходимо инвестировать в обучение и развитие, чтобы помочь сотрудникам приобретать и развивать навыки, необходимые им для внедрения

инноваций. Для чего необходимо обеспечение доступа к учебным программам, семинарам и возможностям наставничества, которые могут помочь сотрудникам развить свои творческие способности, навыки решения проблем и критического мышления.

– Для стимулирования внедрения инноваций в Казахстане, организациям необходимо вознаграждать и признавать сотрудников, которые вносят свой вклад в разработку новых и инновационных решений. Так можно предусмотреть бонусы или продвижение по службе для сотрудников, которые придумывают успешные инновации, или практиковать публичное признание их вклада.

– Инновации предполагают риск и эксперименты, а это означает, что неудача – неизбежная часть процесса. Организации должны не бояться и воспринимать неудачи как возможность для обучения и поощрять сотрудников учиться на своих ошибках, чтобы совершенствовать свои будущие инновационные усилия.

– Чтобы стимулировать инновации, организациям в Казахстане необходимо применять клиентоориентированное мышление, которое предполагает понимание потребностей и предпочтений своих клиентов и использование этой информации для разработки новых и инновационных решений, отвечающих их потребностям.

Создание культуры инноваций имеет решающее значение для организаций в Казахстане, чтобы оставаться конкурентоспособными и удовлетворять потребности своих клиентов. Необходимо создание среды, которая поощряет и способствует творчеству, риску и экспериментированию. Поощряя творчество и сотрудничество, предоставляя возможности для обучения и развития, вознаграждая и признавая инновации, рассматривая неудачи как возможность обучения и развивая клиентоориентированное мышление, организации в Казахстане могут создать культуру инноваций, которая будет способствовать их успеху в меняющейся бизнес-среде.

3. Создание надежных систем управления рисками

Эффективное управление рисками имеет решающее значение для успеха и устойчивости любой организации. В Казахстане внедрение надежных систем управления рисками имеет важное значение, в связи с быстро развивающейся бизнес-средой страны и возрастающей сложностью рисков. В этой статье мы обращаем внимание на важность создания надежных систем управления рисками в Казахстане и предлагаем основные шаги, которые организации могут предпринять для достижения этой цели. Надежные системы управления рисками имеют решающее значение для организаций в Казахстане для обеспечения их долгосрочной устойчивости и успеха. Они помогают организациям выявлять и снижать потенциальные риски, в том числе финансовые, операционные, репутационные и нормативные риски, и предотвращать их негативное влияние на деятельность организации.

Кроме того, создание надежных систем управления рисками может повысить способность организации эффективно реагировать на кризисы, защитить свою репутацию и сохранить доверие заинтересованных сторон, включая клиентов, инвесторов и регулирующие органы. Организации в Казахстане, которые не смогут создать эффективную систему управления рисками, рискуют столкнуться со значительными финансовыми и репутационными потерями, нормативными штрафами и другими юридическими последствиями.

Ниже приведены некоторые ключевые шаги, которые организации в Казахстане могут предпринять для создания надежных систем управления рисками:

– Первым шагом в создании надежных систем управления рисками является разработка структуры управления рисками, которая описывает подход организации к выявлению, оценке и снижению рисков. Структура должна включать политику и процедуры управления рисками, уровни склонности к риску и допустимости риска, а также механизмы отчетности и мониторинга рисков.

– Организациям в Казахстане необходимо проводить регулярную оценку рисков для выявления потенциальных рисков, которые могут повлиять на их деятельность. Оценка

рисков должна быть всеобъемлющей и охватывать все сферы деятельности организации, включая финансовые, операционные, репутационные и нормативные риски.

– Как только потенциальные риски определены, организациям в Казахстане необходимо установить эффективные меры контроля и стратегии смягчения, чтобы свести к минимуму их воздействие. Это может включать внедрение внутреннего контроля, разработку планов снижения рисков и постоянный мониторинг рисков.

– Организациям в Казахстане необходимо внедрять в практику программы обучения и повышать осведомленность, чтобы сотрудники понимали важность управления рисками и свою роль в выявлении и снижении рисков. Поэтому следует практиковать обучение передовым методам управления рисками, проведение регулярных кампаний по повышению осведомленности и формированию культуры осведомленности о рисках в организации.

– Использование технологических решений может помочь организациям в Казахстане создать более эффективные системы управления рисками. В связи с чем очень важным является внедрение программного обеспечения для управления рисками, инструментов анализа данных и автоматизированных систем отчетности, которые могут предоставлять информацию о потенциальных рисках в режиме реального времени и помогать организациям реагировать более эффективно.

Создание надежных систем управления рисками имеет решающее значение для организаций в Казахстане, чтобы обеспечить их долгосрочный успех и устойчивость. Он включает в себя разработку системы управления рисками, проведение регулярных оценок рисков, создание эффективных средств контроля и стратегий смягчения последствий, обеспечение программ обучения и повышения осведомленности, а также внедрение технологических решений. Предпринимая эти шаги, организации в Казахстане могут снизить потенциальные риски, защитить свою репутацию и сохранить доверие заинтересованных сторон.

4. Сотрудничество с Fintech и другими учреждениями

Казахстан является быстро развивающейся страной в Центральной Азии с растущей экономикой и сильным акцентом на инновации. Финансовый сектор страны с бурно развивающейся отраслью финансовых технологий и многочисленными финансовыми учреждениями является исключением. Чтобы оставаться конкурентоспособными, финансовые учреждения в Казахстане должны сотрудничать с финтех-компаниями и другими учреждениями для внедрения инноваций и достижения своих бизнес-целей. В этой статье мы считаем необходимым обсудить преимущества и важность сотрудничества с финтех-компаниями и другими учреждениями в Казахстане.

Сотрудничество с финтех-компаниями и другими учреждениями имеет важное значение для финансовых учреждений в Казахстане, чтобы оставаться конкурентоспособными и удовлетворять растущие потребности своих клиентов. Работая вместе, финансовые учреждения могут получить доступ к новым технологиям и опыту, улучшить свои продукты и услуги и повысить свою операционную эффективность.

Кроме того, сотрудничество может помочь финансовым учреждениям в Казахстане решить проблемы, с которыми они сталкиваются в быстро меняющейся нормативно-правовой среде. Финтех-компании и другие учреждения часто применяют гибкий подход к регулированию, что позволяет финансовым учреждениям более эффективно реагировать на изменения в регулировании.

Сотрудничество с финтех-компаниями и другими учреждениями в Казахстане может принести ряд преимуществ, в том числе:

– Инновации: Работая с финтех-компаниями и другими учреждениями, финансовые учреждения в Казахстане могут получить доступ к новым и инновационным технологиям, которые могут помочь им улучшить свои продукты и услуги. У финтех-компаний часто более гибкий подход к инновациям, что позволяет финансовым учреждениям быстро разрабатывать и внедрять новые решения для удовлетворения потребностей клиентов.

– Операционная эффективность: Сотрудничество с финтех-компаниями и другими учреждениями может помочь финансовым учреждениям в Казахстане повысить эффективность их работы. Интегрируя финтех-решения в свою деятельность, финансовые учреждения могут автоматизировать процессы, сократить расходы и оптимизировать свою деятельность.

– Опыт клиентов: Сотрудничество с финтех-компаниями и другими учреждениями может помочь финансовым учреждениям в Казахстане повысить качество обслуживания клиентов. Финтех часто использует ориентированный на клиента подход к инновациям, который может помочь финансовым учреждениям лучше понять и удовлетворить потребности своих клиентов.

– Соответствие нормативным требованиям: Финтех-компании и другие учреждения часто обладают опытом в области соблюдения нормативных требований, что может помочь финансовым учреждениям в Казахстане эффективно ориентироваться в сложной нормативно-правовой среде. Сотрудничая с этими учреждениями, финансовые учреждения могут быть в курсе нормативных изменений и обеспечивать соблюдение нормативных требований.

Для эффективного использования преимуществ сотрудничества финансовым учреждениям в Казахстане необходимо применять передовой опыт, в том числе:

– Постановка четких целей: Финансовым учреждениям в Казахстане необходимо установить четкие цели для своего сотрудничества с финтех-компаниями и другими учреждениями. Это включает в себя определение бизнес-целей, которых они хотят достичь, и конкретных решений, которые им нужны.

– Выбор партнера: Финансовым учреждениям в Казахстане необходимо тщательно выбирать партнеров для сотрудничества. Это включает в себя оценку опыта, знаний и послужного списка их партнеров, чтобы убедиться, что они могут предоставить необходимые решения и поддержку.

– Общение и доверие: Успешное сотрудничество требует эффективного общения и доверия между вовлеченными сторонами. Финансовым учреждениям в Казахстане необходимо установить открытые и прозрачные каналы связи со своими партнерами и со временем укрепить доверие.

– Соответствие нормативным требованиям: Сотрудничество с финтехами и другими учреждениями требует соблюдения нормативных требований. Финансовые учреждения в Казахстане должны обеспечить соответствие своего сотрудничества местным и международным нормам.

Сотрудничество с финтех-компаниями и другими учреждениями имеет важное значение для финансовых учреждений в Казахстане, чтобы оставаться конкурентоспособными, стимулировать инновации и удовлетворять растущие потребности своих клиентов. Сотрудничество может принести многочисленные преимущества, включая инновации, операционную эффективность, качество обслуживания клиентов и соблюдение нормативных требований. Чтобы эффективно использовать преимущества сотрудничества, финансовые учреждения в Казахстане должны применять передовой опыт, включая установление четких целей, выбор партнеров, эффективную коммуникацию и соблюдение нормативных требований.

Заключение

Финансовые инновации принесли значительные изменения в банковский сектор Казахстана, что привело к повышению эффективности, удобства и качества обслуживания клиентов. Однако эффективное управление финансовыми инновациями имеет решающее значение для того, чтобы банки оставались конкурентоспособными и удовлетворяли потребности своих клиентов. Банки могут добиться этого, разработав комплексную инновационную стратегию, создав культуру инноваций, внедрив надежные системы управления рисками и сотрудничая с финтех-компаниями и другими учреждениями. Таким

образом, казахстанские банки могут использовать возможности финансовых инноваций и оставаться актуальными в постоянно меняющемся финансовом ландшафте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Issayeva Gulmira Kuzdeualievna, Aitymbetova Ainura Nurlanovna, Zhussipova Elmira Elbergenovna, Zhakipbekova Dilyara Saparovna, Rysbek Altynay Saparbaykyzy. Development of financial innovation in the banking sector of kazakhstan, 2020.
2. Essenova Meiramkul, Ainabekova Indira Taikonyrovna. Problems of the low level of use of internet banking in kazakhstan, 2020.
3. Zhibek Daulenova and Leon Taylor. The impact of fintech innovations and financial standards on bank performance in Kazakhstan, 2021.
4. Patashkova Elena, Niyazbekova Shakizada, Margatskaya Galina, Bulakbay Zhanat. The role of financial innovation and financial technologies in the emerging digital transformation conditions, 2021.

ЖАҢА ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ ЖАҢА ӘЛЕУМЕТТІК САЯСАТ БАҒЫТТАРЫ

Юлдашев Ж.К.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭБЖМ
Мемлекеттік және жергілікті басқару, 3 курс студенті

Ғылыми жетекші: Смағұлов А.М.
э.ғ.к., доцент

Жаңа әлеуметтік саясат Мемлекет басшысы жариялаған ауқымды өзгерістердің маңызды аспектісі болып табылады. Оның негізгі мақсаты-әр отбасының әл-ауқатын арттыру және өмір сүру сапасын жақсарту үшін негіз қалыптастыру, мемлекет, бизнес және азаматтар арасында жаңа әлеуметтік келісімшарт құру. Бұл өзгерістердің негіздері ҚР Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің ұсынған әлеуметтік кодекстің жобасында көрсетілген.

Әлеуметтік кодексті әзірлеу кезінде халықаралық тәжірибе егжей-тегжейлі зерделеніп, Еуроодақтың әлеуметтік кодексінің құрылымы негізге алынды. Бұл ретте еліміздің ерекшелігін ескере отырып. Кодексте 5 бөлім, 19 тарау және 267 бап бар.

ҚР Конститутисында бұл кодекстің 5 негізгі новелласы туралы атап өтуге болады.

Бірінші новелла-отбасының цифрлық картасы немесе қазақстандық отбасылардың дербестендірілген базасы. Ол мемлекеттік органдардың барлық қолданыстағы ақпараттық жүйелері негізінде қалыптасады.

"Оны енгізудің негізгі мақсаты қазақстандықтардың мемлекеттік қолдау шараларына тең қол жеткізуін қамтамасыз ету болып табылады"

Отбасының цифрлық картасы мемлекеттің әлеуметтік саясатының орта және ұзақ мерзімді міндеттері мен бағыттарын айқындайтын құрал ретінде белгіленеді. Яғни, мемлекет кімге, қашан, қандай көмек көрсету керектігін нақты анықтап қана қоймай, әлеуметтік тәуекелдердің алдын алу шараларын қарастыруға мүмкіндігі бар.

Карта отбасының немесе оның мүшелерінің әлеуметтік мәртебесі мен отбасылық әл-ауқатының дәрежесіне сүйене отырып, олар қандай мемлекеттік қолдау алуға құқылы екендігі туралы хабардар ететін электрондық хабарлама құралы ретінде қызмет етеді. Мұндай хабарламаны әрбір отбасына орталық мемлекеттік орган СМС-хабарламалар түрінде жіберетін болады.

Мемлекеттік қолдау проактивті форматта көрсетілетін болады. Яғни, азаматтарға әлеуметтік төлемдер мен әлеуметтік көмек ақпараттық жүйеде бар мәліметтер негізінде тағайындалады. Қолданыстағы қағаз құжаттар жүйеден кезең-кезеңімен шығарылатын болады.

"Кодекстің **екінші** новелласы-мемлекеттік қолдаудың жаңа парадигмасы. Ол алдымен әлеуметтік тәуекелдердің алдын алу үшін атаулы шараларды, содан кейін ғана әлеуметтік тәуекелдердің салдарымен күресуге бағытталған атаулы көмекті көздейтін болады"

Бұл ретте 2 мәселеге назар аударуға болады.

Біріншіден, цифрлық карта арқылы көп балалы отбасылардың әртүрлі әлеуметтік тәуекелдермен соқтығысу ықтималдығы жоғары екені анықталды. Сондықтан балалары бар отбасыларды әлеуметтік қолдаудың қолданыстағы жүйесін сақтай отырып, балаларды қорғаудың қосымша атаулы шаралары көзделген.

Екіншіден, бұл бағыттағы тағы бір маңызды өзгеріс-атаулы әлеуметтік көмек көрсету үшін кедейлік шегі күнкөріс деңгейі арқылы емес, орташа табыс деңгейі арқылы анықталады. Егер күнкөріс деңгейі адамның физиологиялық қалпына келуін қамтамасыз етсе, онда орташа табыс жалпы халықтың нақты тұтыну шығындарын жабатын орташа күнкөріс деңгейі болып табылады.

2025 жылдан бастап атаулы әлеуметтік көмек орташа медианалық немесе жалпыұлттық кірістен төмен табысы бар азаматтарға берілетін болады. Әрине, оның сомасы едәуір жоғары болады және атаулы шаралармен бірге беріледі, бұл отбасыларға қиын өмірлік жағдайдан шығуға мүмкіндік береді.

Кодекстің **үшінші** новелласы әлеуметтік қызмет көрсету жүйесін өзгертуге қатысты. Негізгі мақсат-мүгедектерге, әсіресе ауылдық жерлерде арнайы әлеуметтік қызметтердің қолжетімділігін арттыру.

Ол үшін келесі өзгерістер қарастырылады:

-жан басына шаққандағы норматив енгізу. Оның мөлшері қызметтер үшін жан басына шаққандағы норматив түрінде, ал шекті бағалар түрінде компенсаторлық техникалық құралдар үшін жіктелетін болады. Бұл өзгерістер бір жағынан қызметтердің немесе тауарлардың жекелеген түрлерін монетизациялауға әкеледі. Екінші жағынан, арнаулы әлеуметтік қызметтер көрсетуге жеке секторды кеңінен тарту салалық инфрақұрылымның ауылдық жерлерге қолжетімділігін кеңейтуге мүмкіндік береді.

мүгедек адамдарға олардың отбасы мүшелеріне арнаулы әлеуметтік қызметтер көрсетуге тарту. Осы мақсатта отбасы мүшелері жеке көмекшілер немесе әлеуметтік қызметкерлер ретінде рәсімделеді. Олардың еңбегі төленеді, зейнетақы жарналары мен әлеуметтік аударымдар жүзеге асырылады. Осылайша, жұмыспен қамтылмаған отбасы мүшелері еңбекке қабілетті жастағы кезеңде жұмыспен қамтамасыз етілетін және ықтимал әлеуметтік тәуекелдер туындаған кезде әлеуметтік қорғалатын болады.

Кодекстің **төртінші** новелласы-жұмыспен қамтылған азаматтарды әлеуметтік қамсыздандыру деңгейін арттыру.

"Қазіргі заманғы сақтандыру жүйесі әлеуметтік тәуекелдің 5 түрін қамтиды. Бұл халықаралық стандарттарға және нақты экономикалық жағдайларға сәйкес келетін жүйе. Сондықтан оның негізі сақталады, бірақ оның мақсаты өзгереді. Жүйе әлеуметтік төлемдерді жүзеге асыруға ғана емес, ең алдымен азаматтарды ресми жұмыспен қамтуға ынталандыруға бағытталатын болады".

Осы мақсатқа қол жеткізу үшін, біріншіден, шағын бизнестің жалдамалы қызметкерлері үшін сақтандыру тарифтерін, платформа арқылы жұмыс істейтін азаматтарға және өз қызметкерлерін жазатайым оқиғалардан сақтандыруды жүзеге асыратын жұмыс берушілерге қатысты салық жүктемелерін төмендету көзделеді.

Екіншіден, әлеуметтік жарналарды уақтылы аударатын қызметкерлерге сақтандыру жарналары мен әлеуметтік төлемдер мөлшерін кезең-кезеңімен ұлғайту. Келесі жылдан бастап жұмысынан айырылған азаматтарға жарналарды төлеу кезеңіне сәйкес 6 айға дейінгі бұрынғы табысының 45% мөлшерінде төлемдер көзделген.

Әрі қарай зейнетақы жүйесіндегі өзгерістерге көшсек.

"Қазіргі жүйе зейнеткерлердің 3 буынын қамтиды. Өзгерістерде 1988 жылға дейін және 1998 жылдан кейін зейнетке шыққан зейнеткерлер зейнетақы төлемдерінің негізгі бөлігін мемлекеттен, ал болашақ зейнеткерлер – жинақтаушы зейнетақы жүйесінен алатын болады.

Осы мақсатта қазіргі зейнеткерлер үшін базалық және ортақ зейнетақыны есептеу параметрлері өзгереді".

Бұл өзгерістер көрсетілген зейнетақы мөлшерін ұлғайту үшін енгізіледі. Ал болашақ зейнеткерлер үшін 2024 жылғы 1 қаңтардан бастап жұмыс берушілердің қосымша зейнетақы жарналары енгізілетін болады.

Бұдан басқа, Кодекстің жобасына салымшылардың өз активтерін басқару жөніндегі құқықтарын кеңейтуге қатысты өзгерістер енгізіледі. Енді азаматтар белгіленген жеткіліктілік шегінен асатын Зейнетақы жинақтарын тек емделуге және тұрғын үй сатып алуға жұмсай алады.

Сондай-ақ салымшыларға зейнетақы жинақтарының 50% - дан аспайтын бөлігін активтерді басқару жөніндегі компанияларға беру және осындай компанияны өз бетінше таңдау құқығы беріледі. Бұл ретте мемлекет зейнетақы жинақтарының сақталу кепілдігін Ұлттық Банктің қарауындағы жинақтардың бір бөлігін ғана беретінін атап өткен жөн. Ал жеке басқаруға берілетін зейнетақы жинақтарының сақталуына және олардың табыстылығына салымшы таңдаған компания жауапты болады. Сондықтан әр салымшы жеке басқару компаниясын таңдағанда ықтимал тәуекелдерді Мұқият ескеруі керек.

Кодекстің **бесінші** новелласы-халықты жұмыспен қамтудың жаңа тәсілдері.

Ұсынылған жаңа тәсілдер келесі 3 бағытта іске асырылатын болады.

Біріншісі-еңбек нарығынөраықтандыру. Бұл икемді Жұмыспен қамтудың барлық түрлерін, соның ішінде платформалық жұмыспен қамтуды тануды білдіреді. Бұл өзгерістер өзін - өзі жұмыспен қамтыған азаматтарды әлеуметтік тәуекелдердің басталуынан қорғауды, ал тәуекелдер басталған кезде-әлеуметтік қолдауды көздейді.

Осы мақсатта "тәуелсіз қызметкер" ұғымы, олардың жария шарттарын еңбек шарттары деп тану, салық агенттерінің онлайн-платформа операторларын анықтауы сияқты жаңа тәсілдер енгізілуде. Айта кету керек, енгізілген оңтайлы режимдер бүгінгі жұмысшылардан қосымша тіркеуді қажет етпейді және оларға қосымша қаржылық жүктеме түсірмейді. Олардың жарналары платформа операторлары мен такси парктеріне бүгін аударылатын пайыздар есебінен жүргізілетін болады.

Екінші бағыт жұмыс күшінің дағдыларын арттыруға қатысты. Дағдылар мен құзыреттерді бағалау үшін сертификаттау жүйесі енгізіледі. Бұл елдің еңбек ресурстарының біліктілігін арттыру, сондай-ақ жұмысқа қабылдау кезінде еңбек өтілінің талабы бойынша қойылатын шектеулерді азайту мақсатында көзделген.

Үшінші бағыт – цифрлық жұмыспен қамту орталықтары.

Бүгінде жұмыс іздеу, жұмыссыз ретінде тіркелу, жұмысынан айырылған кезде арнайы төлемдерге өтініш беру процесі толығымен цифрландырылып, электрондық еңбек биржасы арқылы жүзеге асырыла бастады.

Осыған байланысты жұмыс істеп тұрған жұмыспен қамту орталықтарын облыстардың ерекшелігін ескере отырып, өңірлік еңбек нарықтарын дамыту жөніндегі барлық бастамалар мен бағдарламаларды үйлестіретін мобильді орталықтарға трансформациялау көзделеді. Сонымен қатар, көпші-қон саясаты мен еңбек заңнамасын жетілдіруге бағытталған ілеспе заңдарға бірқатар түзетулер дайындалды. Олардың мақсаты-Қазақстан экономикасын сұранысқа ие және білікті кадрлармен қамтамасыз ету, жұмыс берушілер мен қызметкерлер арасындағы еңбек қатынастарын жетілдіру.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1.Қаржы-экономика сөздігі. - Алматы: ҚР Білім және ғылым министрлігінің Экономика институты, "Зияткер" ЖШС, 2013.

2.АгентствоРеспубликиКазахстанпостатистике «Уровеньжизнинаселения в Казахстане» Алматы 2004.

3.«Қазақстан – 2050» Президенттің Қазақстан халқына Жолдауы.

4.Сансызбаева Г.Н. «Система социальнойзащитынаселения и еепроблемы». Алматы. Экономика 2000.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ДАМУ ФАКТОРЛАРЫ

Махмут А.Е.

әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
ЭжБЖМ, Менеджмент мамандығы,
3-курс студенті

Ғылыми жетекші: Жакупбекова Г.Е.
аға оқытушы

Кіріспе

Бос ақша қаржыларын тиімді қолдану, ақша ағынынұтымды басқару мәселелері ешқашан өзектілігін жоғалтпаған, болашақта экономикалық-әлеуметтік маңыздылығы одан сайын жоғарыламаса, төмендемейді.

Қазіргі таңда ақша қаржыларын басқарумен байланысты практикалық шешім шығаруға дайындайтын білім берудің кешенді тәсілі жоқ. Сол себепті, Қазақстанда қаржылық сауаттылық деңгейі төмен. Нәтижесінде, бос ақша ресурстарын иеленетін халықтың өзі инвестиция жасауға біліктілігі жетпейді.

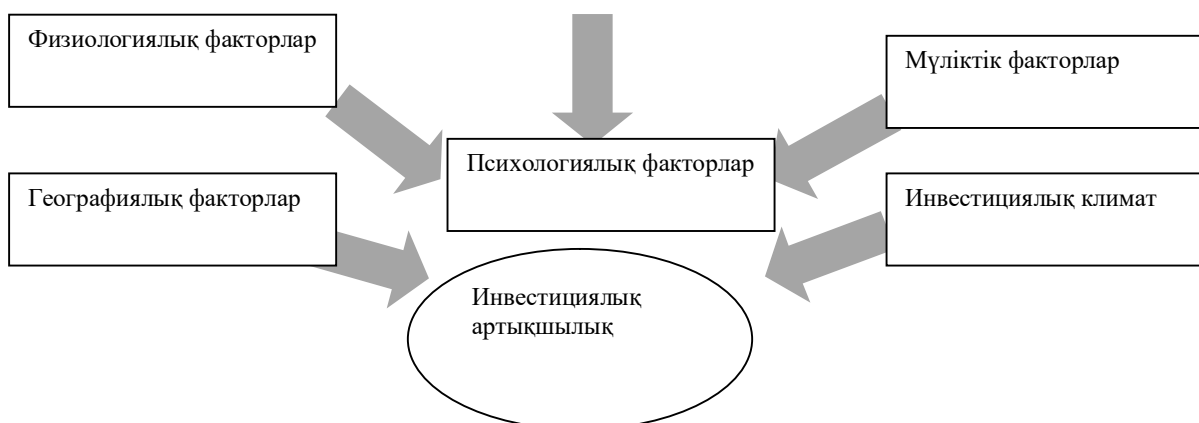
Қазақ менталитеті басқа халықтардан өзгеше. Жергілікті тұрғындар мерекелік іс-шараларды лайықты түрде атап өту үшін, қымбат бағалы тұтыну тауарларын сатып алу үшін қарыз қаражатты игеруге бейім. Ұлттық санада қолда бар қаражатты сақтау мен көбейтуге емес, қарызға өмір сүруге бағытталған шешімдер қабылдау оңай жүзеге асуда.

Инвестиция жасау, инвестициялық шешім қабылдау білім мен тәжірибені қажет етеді. Сонымен қатар, өзгерістерге жылдам бейімделген шешімдерді қабылдау да маңызды болып табылады.

Бұл жұмыста жеке инвесторлардың инвестициялық іс-әрекеттеріне әсер ететін факторларды анықтау мақсат етіп қойылған.

Әдебиетке шолу

Подгорный Б.Б., Миркина Я.М., Кравчук П.Ф. [1,2] сияқты авторлар инвестициялық артықшылықтарды тудырушы факторларды 3 топқа бөліп қарастырған: психологиялық, физиологиялық және мүліктік. Попова мен Овчинникова[3] зерттеу барысында инвестициялық мүмкіндіктерді анықтайтын 5 фактор бойынша талдау қажеттілігін анықталды.



Сурет 1 - Инвестициялық даму факторлары [2]

Психологиялық факторлар дүниетанымға, стереотиптерге, адамдардың қоғамдағы мінез-құлық менталитетінің қалыптасуына байланысты болып келеді. Ол тарихи,

генетикалық және табиғи-географиялық даму факторларын ескере отырып, мәдениетте көрінетін құндылықтар жүйесіне негізделген. Инвестордың психологиялық типі оның инвестициялау процесіне қатысу дәрежесін және инвестордың қаржы нарығындағы тәуекелге төзімділігін анықтайды. Дәл осы менталитет инвестордың психологиялық аспектілерін сипаттайды. Инвестордың қаржы құралдарымен шығынға ұшырауға психологиялық дайындығы болмаған жағдайда, ол операциялар жасамауы керек, әйтпесе жоғалту қаупі көп жағдай туындауы мүмкін.

Зерттеу әдістемесі

Бұл зерттеуде Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыге шолу жасау арқылы адамдардың инвестициялық шешімдерді қабылдауға ықпал ететін факторларының ішіндегі психологиялық және физиологиялық факторларға толығырақ тоқталу көзделген.

Зерттеу әдістемесі ретінде эмпирикалық әдіс қолданылды. Елімізде халықтың инвестиция жасауға деген қарым-қатынасын анықтау мақсатында сұрау жүргізілді. Сұрауға 150 адам қатысты.

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Сұрау нәтижелерін талдау барысында төмендегі нәтижелерге қол жеткізілді(2, 3-суреттер).



Сурет 2 - Жеке тұлғалардың қарызы бар үлесі



Сурет 3 - Респонденттердің инвестициялауға қатысу деңгейі

Басқа да сауалдарға берілген жауаптар төмендегідей болды:

Отбасыңызда қанша несие/бөліп төлеу бар?

Сауалнамаға қатысушылардың 30 %-ы 1 несие, 50%-ы 2 немесе одан көп, ал 20%-ы қарызсыз екен.

Сондай-ақ, несиені көбінесе, телефон, ноутбук, т.б. электрондық құрылғылар үшін алады(56%).

Барлық қатысушылардың 10%-ы инвестиция туралы мүлде білмейді.

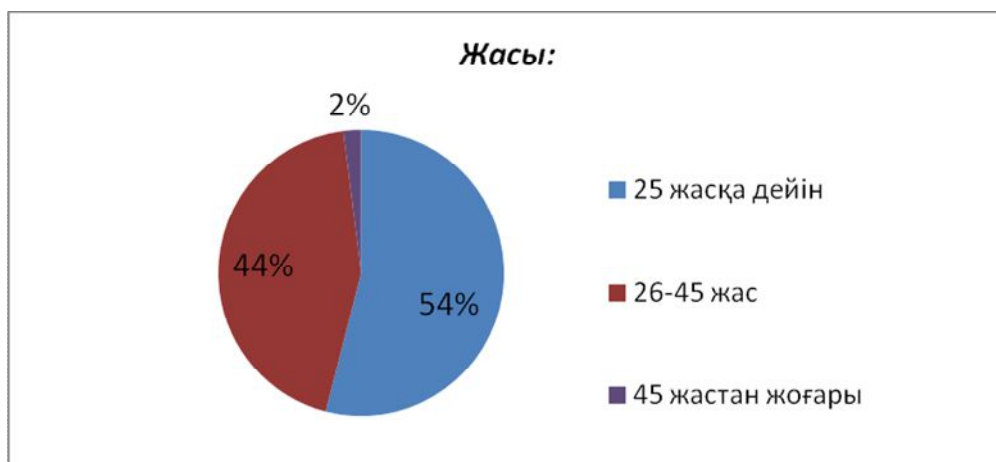
"**Инвестиция жасауға не кедергі?**" деген сұраққа 46% респондент "білімнің жеткіліксіздігі" деген нұсқаны таңдаған. Ал, 24%-ы "ондай іске қызығушылық танытпаймын" деп жауап берген.

Сіздің қолыңызда 1 млн тг бар делік, қаражатыңызды тиімді басқару үшін оны қай салаға жұмсар едіңіз?

Қатысушылардың көпшілігі бұл соманы жеке кәсіпке жұмсайтынын айтқан. Білім саласына, өзін дамытуға көңіл бөлемін дегендер де аз емес. Ерекше жауаптар арасында "бұл қаражатты денсаулығымды жақсартуға, қайырымдылыққа арнаймын" деген жауаптар бар.

Физиологиялық факторларға авторлар инвестордың жынысы мен жасы сияқты сипаттамаларды жатқызады.

Менің сауалнама нәтижелерім бойынша инвестиция жасауға қызығушылық танытқан респонденттердің жасы бойынша жіктелуі төмендегі диаграммада көрсетілген(4-сурет).



Сурет 4 - Инвестиция жасауға мүдделі тұлғалардың жас ерекшеліктері.

Диаграммадан көріп отырғанымыздай, инвестиция жасауға мүдделі тұлғалардың басым көпшілігі 25 жасқа дейінгі тұлғалар.

Бұл еліміздегі жастардың – зумерлер буынының инвестициялық дамуға қызығушылықтарының жоғары екендігін байқатты.

Қорытынды

Қазақстанда 25-34 жас санатындағы инвесторлар саны бір жылда 2,8 есеге (59 мыңнан 166 мың адамға дейін) өссе, 18-24 жас аралығындағы жас инвесторлар саны бір жылда 4,3 есеге өсті (23 мыңнан 101 мыңға дейін).

Бұл үрдіс Қазақстан экономикасын басқарушылық жаңғыртудағы зумерлер буынының болашақ рөлінің орасан зор екендігін көрсетті.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1.Кравчук, П.Ф., Подгорный Б.Б. Российский частный инвестор фондового рынка – кто он? [Текст] / П.Ф. Кравчук, Б.Б Подгорный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2009. – No10, выпуск 9. – С. 90-104.

2. Попова Т.А., Овчинникова О.О. Исследование факторов, влияющих на инвестиционное предпочтение инвесторов на рынке ценных бумаг // Оригинальные исследования (ОРИС). – 11. – 2020, стр. 172-178.

3. Nur.kz сайты статистикалық мәліметтері

«TARAZ ORDA INVEST» ЖШС-НЫҢ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ЕНГІЗУ МОДЕЛІНІҢ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ

Мәліктай Е.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

ЭжБЖМ,

Менеджмент, 4 курс

Ғылыми жетекші: Тасжарғанов С.И.,

э.ғ.м., аға оқытушы

Кіріспе

Кәсіпорынды басқару саласында инновациялық технологияны ендіру өте маңызды, себебі өндірістің өсуі тек сандық көрсеткіштің ұлғаюымен байланысты бола бермейді.

Кәсіпорынды басқаруда инновациялық технологияны ендіруден ұзақ мерзімді оңтайлы тиімді бірнеше әсерлер бар:

- инновациялық технологиялар мен қатынастар дәстүрлі басқарудан ерекшеленетін принциптерге негізделуі керек;

- жаңашылдықтар жүйелі және көптеген әдістер мен үрдістерден тұруы керек;

- инновацияны тек біріңғай процесс болмай сонымен бірге жаңашылдықтың тұрақты үрдісі болуы керек.

Кәсіпорын қызметінің процессінде перспективалық бағытына көп көңіл бөлу керек, біздің еліміз үшін көптеген тиімді инновациялық технологияларды – инновациялық алаңдарды құруды қамтиды.

Құрылыс саласымен айналысатын кәсіпорын үшін өзіндік инновациялық жүйесінің дамуы мен идеологиясы қалыптасуы керек. Құрылыс материалдары кәсіпорынның инновациялық жүйесінің тұжырымдамасын негіздеу кезінде инновациялық технологиялардың қазіргі жай күйін кешенді бағалауды жүргізу қажеттігі туындап отыр[1].

Әдебиеттерге шолу

Әр түрлі кәсіпорын өкілдерінің коммуникациясын қарастыра отырып келесі ұсыныс жасауға болады:

- инновациялық технологияны басқара отырып, басшылық вертикальды интеграциядан бас тартуда, қатардағы қызметкерлер мен басшылар арасында көлденең байланыс орнатуда;

- басшының үлкен қателігі – еркіндік пен шығармашылықты шектеу. Еңбекөнімділігі жоғары болу үшін жеке еркіндікті қолдау керек, бұл кезде өзінің жұмыс орнында жеке толық жауапкершілік болуы керек;

- жақсы басшы бұйрық бермейді, ол өзінің еңбегімен және демократиялығымен шығармашылық процессті жеңілдетеді;

- басқарудың инновациялық технологияның басты капиталы – біреуден, бір жақтан және әр уақытта пайда болатын шығармашылық туынды;

- кәсіпорынның барлық деңгейіндегі инновациялық корпоративті мәдениеттің құрылуы;

- инвестициядағы білім, оқытуға және біліктілікті көтеруге жақсы дивидент төлейді;

- әр тұлға өзінің үлесін ортақ кәсіпке толыққанды қоса алатын қолайлы атмосфера құру;

- әруақытта трендте болу үшін бәсекелестердің алдында болу үшін тенденцияларды болжау, тұрақты түрде өзгеріс мониторингін жүргізу;

- жанашылдықты енгізер алдында персоналдың дайындығын байқау, егер қарсылық болған жағдайда ерегіспеу;

- қазақстандық кейбір ірі кәсіпорындар инновациядан қорқады, себебі әртүрлі болуы мүмкін – топ-менеджменттің біліктілігінің жетіспеушілігі, персоналдың дайын болмауы, үлкен шығындар, жоғары тәуекелдер және т.б.

Зерттеу әдістемесі

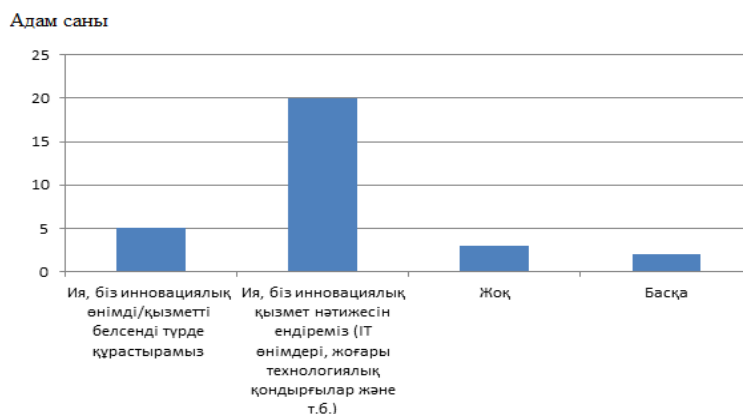
«Taraz Orda Invest» ЖШС құрылыс кәсіпорнында 30 респонденттер арасында сауалнама жүргізілді. Негізгі нәтижелер мен қортындылар төмендегі 1 суретте көрсетілген.

Сұрастырылған респонденттердің 30%-ы инновация – кәсіпорынның өсуінің драйвері деп есептейді. Басқарудың инновациялық технологиясының көтерілуінің факторы дейді. Менеджерлердің ойынша кәсіпорынды басқарудың инновациялық технологиясына көбіне біліктіліктің аздығы және инновацияны енгізудің жоғары қауіп қатері әсер етеді. Ол үшін новаторлық процесстерге персоналдарды тарту керек, әр қайсысының біліктілігін жоғарлату керек.

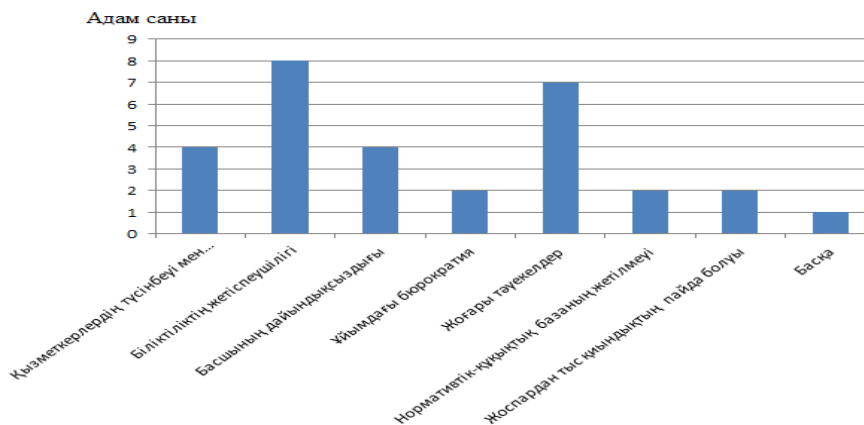
Ол үшін көбіне қызметкерлердің өзіндік дамуына көңіл аудару керек, өздерінің туындыларын іске асыруға, тұрақты түрде білім алуына мүмкіндік жасау, сонымен қатар істеген жұмысына қарай ынталандырып (марапаттап) отыру керек.

Инновациялық кәсіпорында тек қазіргі заманғы басқару технологияларын қолдану керек: мониторингтік бағалау, коучинг және т.б.

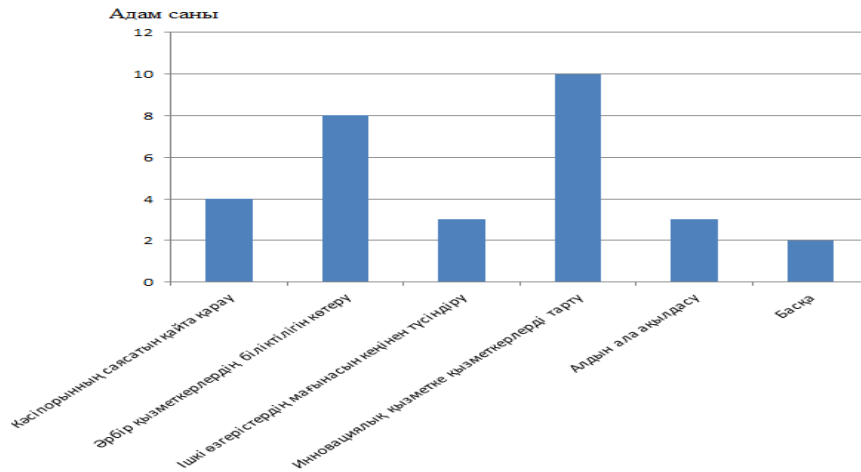
Зерттеу нәтижелері мен талдау



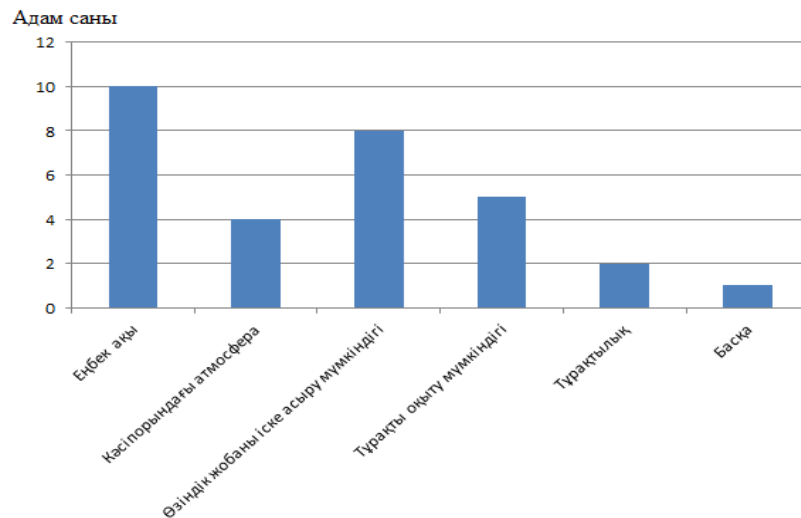
Сурет 1- Кәсіпорында инновациялармен айналысатын адам саны



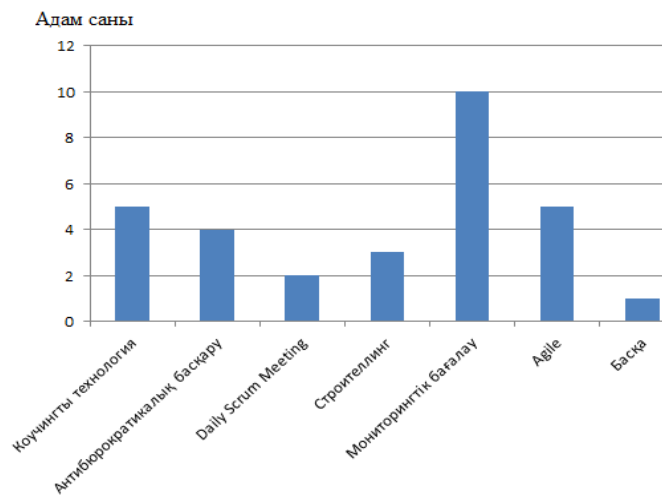
Сурет 2 - Қазақстанда инновациялық қызметтің дамуына әсер ететін факторлар?



Сурет 3 - Инновациялық қызметті ендіруге әсер ететін іс-шаралар



Сурет 4 - Қызметкерлерді ынталандыратын факторлар



Сурет 5 – Кәсіпорындарда инновациялық кадрлық менеджмент технологиясы

Жоғарыда көрсетілген мәліметтер кәсіпорында жүргізілген сауалнама нәтижелерінен алынды.

Алғашқы ақпаратты жинау және кәсіпорынның басқару жүйесіндегі негізгі проблемаларды анықтау үшін басқару персоналына сауалнама түрінде сауалнама әдісі пайдаланылды. Респоненттер болып «Taraz Orda Invest» ЖШС кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелерінің басшылары және олардың орынбасарлары болды. Бұл әдісті таңдау менеджерлердің кәсіпорындағы ішкі қиыншылықтарды анықтау үшін жүргізілді.

Респоненттердің көбі проблема ретінде шиелісті көрсетпеген, ол дегеніміз қоғамның ұлттық мәдениетін және тәрбиесін көрсетіп отыр. Сонымен қатар басшының жанашылдығы мен тәжірибесінің жоқтығын немесе аздығын да көрсетпеген.

Сауалнама негізінде кәсіпорынды басқару жүйесіндегі негізгі факторлар болып төмендегілер жатады:

1. Персонал біліктілігі
2. Жетекшілік сапасы

3. Басқарудың инновациялық технологиясы мен әдісі (бұл жерде басқарудың инновациялық технологиясы ретінде қазіргі заманғы ақпараттық технология мен бағдарламалардың болуы мен пайдалану мүмкіндігі; сарапшылар мен кеңес берушілерді тарту; қазіргі заманғы басқару құралдары болуы мен пайдалану мүмкіндігі).

Анықталған проблемалар қарастырылып отырылған кәсіпорынның негізгі басқару жүйесін жетілдіруге бағытталған проблемаларды анықтауға мүмкіндік береді: экономикалық және басқарудағы құзыреттілік бойынша біліктілігін көтеру, жаңа технология мен басқару әдісін енгізу.

«Taraz Orda Invest» ЖШС кәсіпорынның корпоративті табыстылығының факторлары.

Кәсіпорын ішіндегі серіктестік. Кәсіпорын ішіндегі бөлімшелермен тиімді арақатынас кәсіпорынның нарықтағы табыстылығының факторларының бірі болып табылады. Біріккен коммуникациялық процесс арқылы кәсіпорында бірінғай механизм орнайды, ал қызметкерлер өздерін емін-еркін сезінеді. Өзара байланысу болмаған жерде персоналдың жұмыс істеу тиімділігі мен мотивациясы төмендейді, жобаны іске асыру қиындайды және кадрлар тұрақсыз болады.

Кейбір озық кәсіпорындардың қызметкерлері бір бірінен алыста болса да алға қойылған мақсатқа жету үшін арақашықтық кедергі келтірмейді. Жоғары технологияның дамуының арқасында мыңдаған километрлер коммуникация үшін кедергі келтірмейді. Жұмыстан тыс ортақ тіл табысқан қызметкерлер жұмыс кезінде де жақсы қарым қатынас сақтайды.

Кәсіпорында топтық жұмыс кәсіпорында маңызды роль атқарады. Топтың икемділігі, алға қойылған нақты міндет, процесстің тұрақты мониторингісі, барлық қызметкерлер арасындағы офлайн-онлайн форматтағы байланысы, дискуссиялар, үлкен жүйедегі ақпараттық алмасу, қызметкерлер деңгейін бірдей ұстап тұру – жұмыстың тиімділігін жоғарлатады.

Инновациялық реакция. Үздік кәсіпкер Стив Джобс айтқандай «инновация лидерді ізбасардан ерекшелейді». Инновацияны дұрыс қолданғанда ғана кәсіпорын әлемдік нарыққа шыға алады. Әлем жылдам өзгеруде сондықтан бизнес те қалып қалмауы керек. Бәсеке кезінде өзара мыңдаған кәсіпорындар инновацияны енгізсе де барлығы дерлік инновациялық қызметке қажетті көңіл бөле бермейді. Солардың бірі middle деңгейінде инновацияны енгізуді менеджмент пен мамандар толық түсіне бермейді. Жағдай келесі түрде болады: кәсіпорынның бірінші жағы – соңғы трендтен хабары бар жетілдірілген, белсенді адамдар, олар бизнеске қандай жаңашылдықтың қажет екендігін біледі, ал қазіргі уақытта ол актуалды болып табылады. Кәсіпорынға инновацияны ендіру кезінде команда қызметкерлердің тотальды түсінікпеушілігімен кездеседі. «Taraz Orda Invest» ЖШС-деосындай жағдай электронды құжат айналымда қызметкерлердің жас ерекшеліктеріне байланысты қиындық туғызады.

Келесі қиыншылық бір реттен ендіріле қойылмайтын инновацияға шығынның көп болуына түсінбеушіліктің туындауы.

Копоративті демократия. «Корпоративті демократия» қазіргі уақытта жаңашылдық болып табылмайды. Қазіргі заманғы кәсіпорындар бәрі бір де оның элементтерін белсенді түрде кәсіпорынға ендіріп отырады.

«Taraz Orda Invest» ЖШС демократиялық, тұрақты, икемді принциптерге сүйенген инновациялық технологияны басқаруда келесі пастурлаттарда оның қызметі негізделеді:

- Кез келген түрде вертикальды интеграцияның болмауы. Вертикальды байланыстар қызметкерлердің инициативтілігін және шығармашылық қабілетін басады;

- Инициативаны марапаттау;
- «Басшы-бағынушы» байланысының болмауы.
- Түрлі сұрақты шешуге қатысуға кез келген қызметкерлердің мүмкіндігі;
- Кадрлардың тұрақты айналуы (6-12 ай), әр қызметкер өзінің орнын табуына, икемділігін анықтауға мүмкіндік туады;

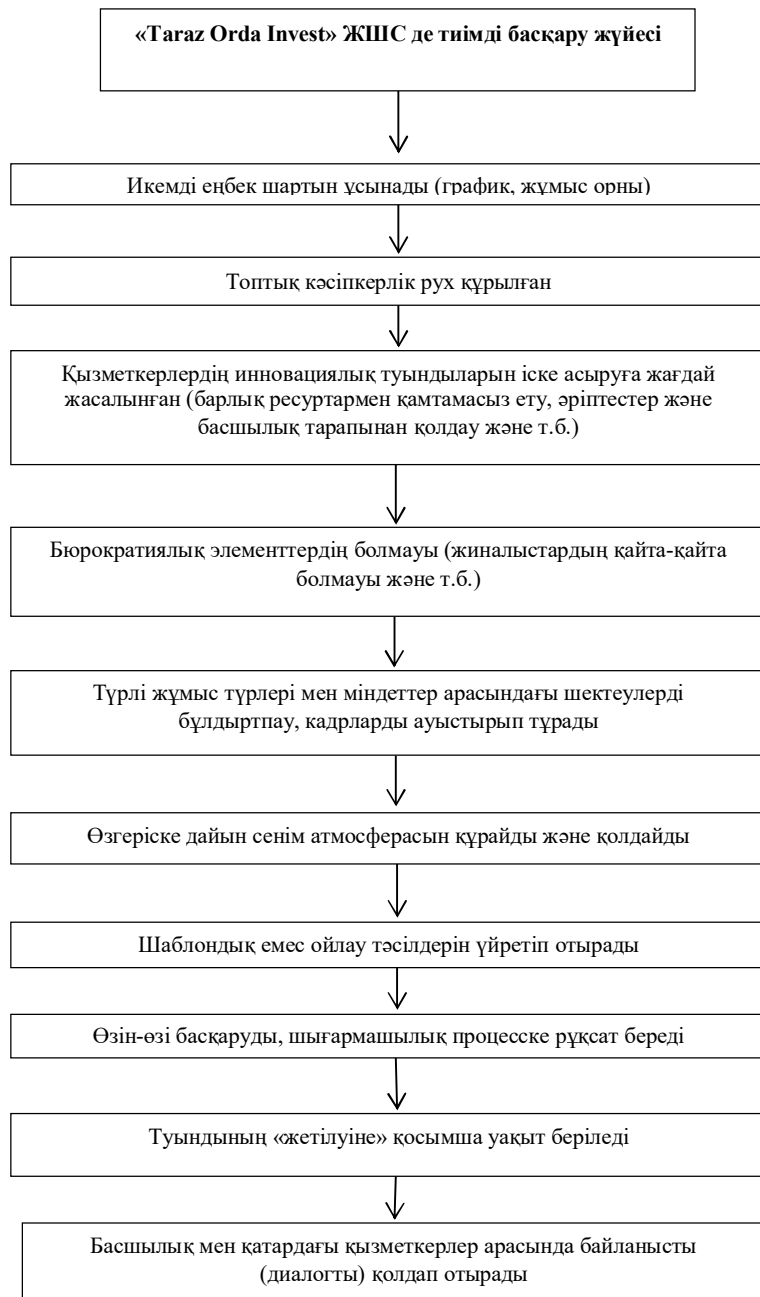
- Өзінің жұмыс орнын өзіндік таңдай алуына;
- Жылына 2-4 рет кәсіпорынға байланысты сауалнаманы толтыру;
- 15% жұмыс уақытын өзінің инновациялық туындысына және құрастыруына бөлу;
- Оқуға және біліктілікті көтеруге қолдау жасау;
- Еңбек ақы қызметі, статусына, сағатына байланысты емес. Ол жасаған жұмыс нәтижелігіне байланысты төленеді;

- Бюрократиялық элементтерді жою күреседі;
- Киімді әр қызметкер өзі таңдайды;
- Жұмыс уақыты кезінде 1 саған демалыс уақытын қызметкер өзі таңдайды.

Мұндай аспектілерді «Taraz Orda Invest» ЖШС-і кәсіпорын қызметінде қолдану арқылы кәсіпорынға табыс әкелетін жаңа туындыларын әр қызметкер іске асырады.

Кәсіпорынның имиджі. Кәсіпорынның дамуына әсер ететін факторлар өте көп, соның ішінде кәсіпорын имиджі жатады. Е.В.Харитонов классификациясына сәйкес кәсіпорынның имиджіне келесі түрлері жатады: Тауар имиджі; Тауар тұтынушының имиджі; Кәсіпорынның ішкі имиджі; Имидж кәсіпорын басшысының негізінде қалыптасады; Персонал имиджі; Кәсіпорынның визуалды имиджі; Кәсіпорынның әлеуметтік имиджі; Кәсіпорынның бизнес-имиджі. Жоғарыда көрсетілген имидж аспектілерінне «Taraz Orda Invest» ЖШС кәсіпорын басшылығы уақытылы көңіл бөле отырып нарықтағы капиталын нығайтуда.

«Taraz Orda Invest» ЖШС де инновациялық технологияны басқарудың да өзінің спецификасы бар. Әсіресе ұйымдастыру құрылымының ерекшелігіне де байланысты болады. Кәсіпорынның қызметкерлерінің өзара қарым қатынасы, тұрақты түрде оқытуға ынталандыру, білім деңгейін көтеру, инициативті, жаңашылдықты үздіксіз марапаттау жүйесі жұмыс атқарылуда. Ол үшін «Taraz Orda Invest» ЖШС де келесі басқару жүйесі тиімді жұмыс атқарады:



Сурет 6 - «Taraz Orda Invest» ЖШС-де тиімді басқару жүйесі

Қорытынды

«Taraz Orda Invest» ЖШС-ын басқарудың инновациялық технологиясын жүзеге асыра отырып, менеджменттің өзіндік ерекшеліктері бар екенін ескеру керек. Персоналдарға шығармашылық, инновациялық туындыларды қалыптастыру, оларды қолдау, оқытуға инвестиция беру, коммуникацияларға кедергі жасамау, команданың барлық мүшелермен тұрақты диалог жүргізу, жүйенің барлық буындарына енетін инновацияға бағытталған корпоративтік мәдениетті дамытуға еркіндік берілген.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 487 с.
2. «Taraz Orda Invest» ЖШС жасалынған сауалнама нәтижелері

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІ: ЖҮЙЕЛІ ӘДЕБИЕТКЕ ШОЛУ

Маханова А.Б.

Әл Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті,
Экономика және бизнес жоғары мектебі
«Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығының
2 курс докторанты

Ғылыми жетекші: Смагулова Г.С.
к.э.н., доцент

Кіріспе

Қазақстан ғылымының басты проблемасы әлсіз қаржыландыруда емес (бұл проблема, бірақ басты мәселе емес), бірақ оны дамытудың нақты стратегиясының жоқтығында, оны іске асырудың қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді бағдарламасының жоқтығында және ғылымды еліміздің экономикасын дамытудың қажеттіліктері мен қажеттіліктеріне әлсіз байланыстыруда [1]. Ғылымның дамуын ақпараттық процесс ретінде зерттеудің сандық әдістерін ғылымометрия деп атаймыз. Ғылымометрияның (Scientometrics) қайнар көзі-библиографиялық сілтемелер мен басылымдар. Налимов В.В. библиографиялық анықтамалар басылымның жасалуы орын алған интеллектуалдық атмосфераны бейнелейтіндіктен, «Scientometrics» анықтамасын береді. Е.Л.Березович ғылымометрия қандай да бір сыртқы себептермен күшті авторлардың жетіспеушілігін сезінген ғылым салаларына жақсы мамандарды тарта алады деп санайды [2]. Жекелеген ғылыми бағыттар бойынша жарияланымдар санының өсу қарқыны олардың өзектілігінің өлшемі бола алады.

Дәйексөз негіздері ғылымның жай – күйін «өлшеуге» мүмкіндік беретін өте тиімді құрал екенін көреміз. Қазақстандық ғалымдарға да осындай құрал қажет, өйткені шетелдік дәйексөздер базасы отандық ғылыми басылымдардың басым бөлігін индекстемейді. Демек, тек халықаралық ресурстардың деректерімен жұмыс жасай отырып, қазақстандық ғылымның жай-күйі, отандық ғалымдар мен ғылыми ұжымдардың зерттеу бағыттары туралы толық түсінік қалыптастыру, перспективалы «өсу нүктелерін» анықтау қиын [3].

Бұл зерттеудің негізгі мақсаты-Қазақстан Республикасындағы азық-түлік қауіпсіздігі бойынша заманауи Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыге шолу жасау, неғұрлым зерттелген бағыттарды, авторларды және тиісті жарияланымдарды анықтау. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасындағы азық-түлік қауіпсіздігі саласындағы өзектілік пен ғылымометрияның байланысын, ғылыми зерттеулердің сапалық деңгейін арттыруды зерттеу болып табылады.

Қазақстан Республикасында азық-түлікпен қамтамасыз ету мәселесіне 20 ғасырдың аяғы мен 21 ғасырдың басынан бастап көңіл бөлінуде. Әлеуметтік-экономикалық реформалар кезеңінде бұзылған қаржылық-экономикалық және өндірістік-шаруашылық байланыстар Қазақстанда ауыл шаруашылығы шикізаты мен азық-түлік өндірісінің төмендеуіне, күшті импортқа тәуелділікке, сондай-ақ өндіріс деңгейінің төмендеуіне әкелді. тағамды тұтыну. Мұның бәрі елдің азық-түлік қауіпсіздігін қиындата түсті [4]. Белгілі бір тақырыпқа шолу зерттеулер, әдетте, белгілі бір тұжырымдаманың немесе түсініктің кеңірек көрінісін береді. Шолуды зерттеудің негізгі мақсаты – зерттеушілерге осы саланың тарихы мен тенденциялары туралы жақсырақ ақпарат беру үшін белгілі бір тақырыптағы пәннің өзгерістері мен өсуін зерттеу [5]. Осылайша, бұл зерттеу өзекті болып табылатын «азық-түлік қауіпсіздігі» туралы жарияланған ғылыми мақалаларға кең шолуды ұсынады. Бұл зерттеуде рецензияланған ғылыми Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыдің библиографиялық және абстрактілі деректер қорындағы ғылыми жарияланымдарды жүйелі түрде зерттеу жүргізілді. «Жүйелі» сөзі нақты сұрақтарды, зерттеу мақсатын, зерттеуге көзқарасты және шолулар үшін қолданылатын қосу және алып тастау критерийлерін

камтитын процедураны білдіреді. Негізгі мақсат – оқырманға ғылыми еңбектерде баяндалған концепциялар мен бүгінгі күнге дейін жарияланған тақырып бойынша зерттеулердің сыни тұжырымдарына шолу жасап, болашақ зерттеулердің дұрыс бағытта жүргізілуіне мүмкіндік беру болды.

Зерттеу әдістемесі

Көптеген зерттеушілер PubMed, Scopus, Web of Science и Google Scholar дерекқорларының артықшылықтары мен кешшіліктеріне зерттеулер жасады. Солардың бірі М.Е. Фалагас, ол PubMed, Scopus, Web of Science және Google Scholar-ға салыстыру жүргізіп, Scopus-тың дәйексөз талдауы жылдамырақ және көбірек мақалаларды қамтитынын анықтады [6]. Дж.М.Босман Scopus, Web of Science және Google Scholar дерекқорларының қамтылуы мен функционалдығын салыстырып, Scopus функционалды артықшылықтары жоғары деген қорытындыға келді [7]. Жоғарыда аталған барлық дерекқорлардың артықшылықтары мен кемшіліктерін талдағаннан кейін біз зерттеу үшін SCOPUS таңдадық.

Осылайша, біздің зерттеуіміз екі зерттеу сұрағымен анықталады: әдебиеттерге шолу арқылы Қазақстандағы азық-түлік қауіпсіздігіндегі қандай проблемаларды анықтауға болады? Ғылыми әдебиеттерде азық-түлік қауіпсіздігі туралы қандай білім бар? Зерттеу үш бөлімнен тұрады, онда бірінші бөлім зерттеудің өзектілігін, зерттеу мәселесін және зерттеу мақсатын сипаттайды. 2-бөлім Пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыді егжей-тегжейлі шолуға арналған. 3-бөлімде нәтижелерді түсіндіреді.

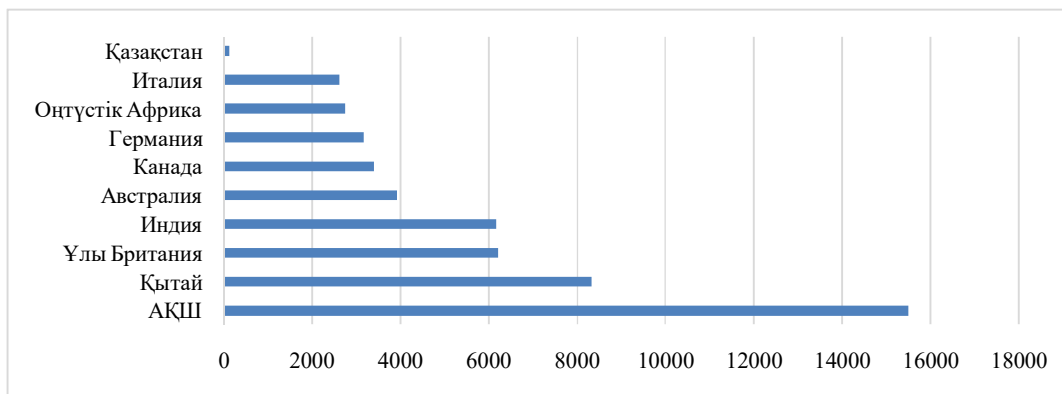
Зерттеу нәтижелері мен талдау

Бастапқы ғылыми зерттеулер алғашқы екі негізгі категорияның әдістерін қолданатын сандық, эксперименттік, сапалық (натуралистік) және аралас болып жіктеледі [8]. Ғылыми зерттеулердің саны жыл сайын артып келеді, сондықтан қазіргі уақытта жарияланған ақпаратты жинау және жалпылау ғылымы ерекше маңызға ие. Бастапқы деректер негізіндегі ғылыми зерттеулерге шолу қазіргі таңда маңызды сипатқа ие [9].

1924-2022 жылдар аралығындағы кезеңде Scopus деректер базасында қазақстандық жарияланымдар саны 49 799 бірлікті немесе Scopus басылымдарының жалпы массивінің 0,10% -ын құрады. Ал InCites деректері бойынша қазақстандық жарияланымдар саны 14852 бірлік немесе Web of Science Core Collection басылымдарының жалпы массивінің 0,10% (15 488 645 бірлік) құрады. Бұл көрсеткіштер бойынша Қазақстан 161 елдің ішінде 74-ші орында.

Салыстыру үшін ЕАЭО елдерін алатын болсақ, сурет келесідей: осы кезеңдегі ресейлік ғылыми басылымдардың үлесі 2,5% (1220) (рейтингте 16-орын), Беларусь - 0,07% (20) (133-орын), Армения – 0,04% (7), Қырғызстан – 0,01% (34) (121-орын).

1924 жылдан бері азық-түлік қауіпсіздігі бойынша Scopus дерекқорында 65 482 мақала жарияланды. Басылымдардың ең көп саны АҚШ-қа тиесілі – 15503 жариялым. Тізімді Қытай (8335), Ұлыбритания (6222) және Үндістан (6171) жалғастырады. Ал Қазақстан 138 жариялыммен тізімде 73-ші орынға ие (сурет 1).

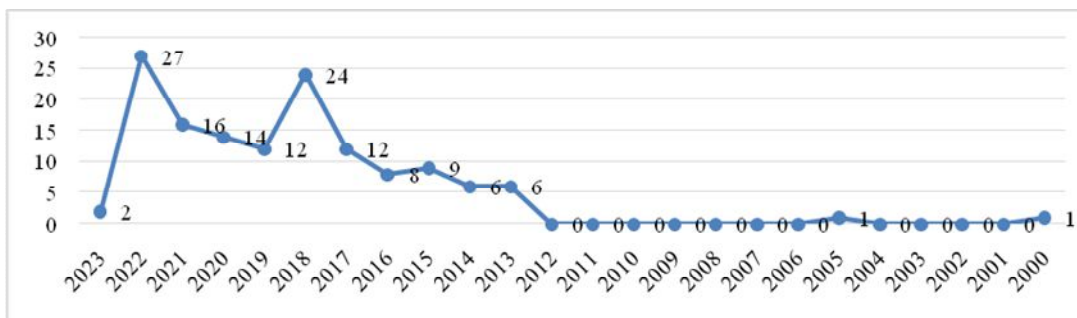


Сурет 1 - Scopus-та Азық-түлік қауіпсіздігі тақырыбында елдер бойынша мақалалары статистикасы

Стукач В.Ф. Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігін Еуразиялық экономикалық одақ мүшелерінің интеграциясы контекстінде қарастырды. Зерттеу нәтижелері Қазақстан Республикасының азық-түлік қауіпсіздігінің жай-күйі қаралып отырған кезеңде жеткіліксіз деп бағаланатынын көрсетті, бұл негізінен азық-түлік қауіпсіздігінің төмендеуіне және аграрлық сектордың ресурстық әлеуетін жеткіліксіз пайдалануға байланысты.

Осы саладағы алғашқы мақала 2000 жылы жарияланған. Осы уақытқа дейін оған 19 рет сілтеме жасалған. Бұл мақалада ауыл шаруашылығы саясатындағы реформаларға және олардың Қазақстан мен Түркіменстандағы азық-түлік қауіпсіздігіне ықпалына шолу жасалады. Орталық Азия елдері арасындағы аймақтық саудадағы дұшпандық күшейгендіктен, Қазақстан мен Түркіменстан көршілері сияқты өздерін азық-түлікпен қамтамасыз ету жолын таңдады, бұл олардың ауылшаруашылық жүйелерінің астық өндіруге бет бұруына әкелді. Құжатта совхоздардың жойылуына әкелген осы екі елдегі жер реформалары ауыл шаруашылығы дақылдарының өнімділігінің төмендеуіне және үй шаруашылықтары деңгейінде азық-түліктің қолжетімділігінің төмендеуіне әкелді деген қорытындыға келді. Бұл тенденцияны жою үшін өнімділікті арттыру үшін ауылдық инфрақұрылымға және ауылшаруашылық зерттеулеріне инвестицияларды ұлғайту қажет болады, ал қысқа мерзімді перспективада кедейлер мен осал топтарды қорғау үшін азық - түлік қауіпсіздігі шаралары қажет болады [11].

2001-2012 жылдар аралығында азық түлік қауіпсіздігіне арналған бірде-бір мақала жарияланбаған. Жоғары көрсеткіш 2018 жылға тиіесілі, бұл жылы барлығы 19 мақала жарық көрді. Бұл Қазақстан Республикасының агроөнеркәсіптік кешенін дамытудың 2017-2021 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасының қабылдануымен байланысты. 2018-2020 жылдары жарық көрген жұмыстар республикалық бюджеттің атқарылуы және ауыл шаруашылығын қаржыландыруды бағалау, мемлекеттік бағдарламаның іске асырылуын талдау және азық-түлік қауіпсіздігін мемлекеттік реттеу сияқты кейстерге арналған. Өзенбаева А.Т. [12] агроөнеркәсіптік кешенді дамыту арқылы азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мемлекеттік саясаттың басымдылығына айналуы тиіс деген қорытындыға келеді.



Сурет 2 - Scopus-та жыл сайынғы басылымдарды даму хронологиясы
Ескерту: автормен құрастырылған

Азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудің өзектілігі ғалымдардың, халықаралық ұйымдардың және әлемдік статистиканың белсенді қызығушылығымен расталады. Бүгінгі таңда кейбір елдерде азық-түлік қауіпсіздігі мен азық-түлікке қатысты проблемалар бар. Қазақстан үшін азық-түлік қауіпсіздігін сақтау стратегиялық міндеттердің бірі болып табылады.

Жарияланған еңбектерді талдау зерттеулердің көпшілігі «азық-түлік қауіпсіздігі» түсінігін анықтауға және елдегі азық-түлік қауіпсіздігінің қазіргі жағдайын талдауға бағытталғанын көрсетеді.



Сурет 3 - Scopus-та Азық-түлік қауіпсіздігі тақырыбында мақалалардың ЖОО бойынша статистикасы

«Азық-түлік қауіпсіздігі» ұғымының көптеген түсіндірмелері бар. Отандық және халықаралық тәжірибеде жиі кездесетін анықтамалар тізбесі 1-кестеде келтірілген. Кейбір сарапшылар азық-түлік қауіпсіздігінің деңгейін ел экономикасының жағдайымен және агроөнеркәсіптік кешеннің (АӨК) дамуымен байланыстырады. Басқа сарапшылар, егер бүкіл халық қажетті азық-түлікпен қамтамасыз етілсе, азық-түлік қауіпсіздігіне қол жеткізіледі деп есептейді. Үшінші топтың пікірінше, қауіпсіздік ең кедей халық үшін азық-түлік қолжетімді болған жағдайда жүзеге асырылады [13].

Кесте 1

«Азық-түлік қауіпсіздігі» тұжырымдамасының маңызды негіздерінің тізімі

№	Анықтама	Дереккөз
1	Азық-түлік қауіпсіздігі – физиологиялық нормаларға сәйкес халықтың азық-түлікке деген қажеттіліктері қанағаттандырылатын экономиканың жағдайы; елдің ұлттық қауіпсіздігінің бөлігі болып табылады, көбінесе агроөнеркәсіп кешенінің дамуына байланысты.	Ахметова К.А. [14]
2	Азық-түлік қауіпсіздігі деп халықтың әртүрлі жоғары сапалы азық-түлік тауарларына сұранысын қанағаттандыру, қажетті азық-түлікті құру мақсатында агроөнеркәсіптік кешеннің тұрақты жұмыс істеуіне бағытталған экономикалық, ұйымдастырушылық, технологиялық, әлеуметтік және экологиялық факторлар жүйесі	Бимендиева Л.А. [15]
3	Азық-түлік қауіпсіздігі – физиологиялық нормаларға сәйкес барлық азаматтардың азық-түлікке деген қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін жағдайларды қалыптастыруға қатысты мемлекет пен халық арасындағы қарым-қатынасты білдіретін категория.	Жанбекова З.Х. [16]
4	Азық-түлік қауіпсіздігі – бұл: а) халықтың бәсекеге қабілетті азық-түлік тауарларының алуан түріне сұранысын қанағаттандыру; б) қажетті қауіпсіздік қорын құру; в) артық өнімді экспорттау.	Казембаев М.Е. [17]
5	Елдің азық-түлік қауіпсіздігі дегеніміз – халықтың өмірі мен денсаулығын сақтауға жеткілікті деңгейде, негізінен отандық өндіріс есебінен халықты сапалы азық-түлік өнімдерімен үздіксіз қамтамасыз ету.	Султанбекова Г. [18]
6	Азық-түлік қауіпсіздігі – бұл өз өндірісі арқылы елдің бүкіл халқын азық-түліктің негізгі түрлерімен қамтамасыз ететін және елдің азық-түлікке тәуелділігін жойатын, қажетті сақтандыру резервтерін құрайтын, кепілдендірілген әлеуметтік, физикалық және экономикалық адамның өмірі мен қабілетін сақтау және қолдау, белсенді және салауатты өмір салтын сақтау үшін қажетті саны мен сапасы бойынша осы өнімдердің қолжетімділігі	Токобаев Н.К. [19]

Ескерту: автормен құрастырылған

Азық-түлік қауіпсіздігінің тұжырымдамалық аппараты мен мәні бойынша отандық пайдаланылған әдебиеттер тізімі: зованной литературыге шолу осы мәселелер бойынша пікір білдіруге мүмкіндік береді, «азық-түлік қауіпсіздігі» түсінігін түсіндіруге келетін болсақ,

біздің ойымызша, ол барынша ерекшелікпен сипатталуы керек. Ол міндетті түрде елдің және жеке азаматтың азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етудегі мемлекеттің жауапкершілігін көрсетуі керек; дәлелді тамақтану стандарттарын қолдану негізінде халықтың денсаулығын сақтаудың пайдалы қажеттіліктерінің деңгейі; азық-түлікті тұтынудың қажетті деңгейінің экономикалық және физикалық қолжетімділігі; сапалы азық-түлік қауіпсіздігі; ауылшаруашылық өнімдеріне, шикізатқа және азық-түлікке қажеттілікті жабу көздері.

«Азық-түлік қауіпсіздігі» анықтамасына «қажеттілікті өтеу көздері» деген соңғы компонентті енгізу талабы елдің жекелеген мемлекет және саяси қайраткерлерінің сөздерінен туындайды, олар азық-түлік қауіпсіздігіне негізгі қауіп «отандық және импорттық өнімдер арасындағы пайыздық қатынаста емес» немесе «азық-түлік тәуелсіздігі экономикалық тұрғыдан жақсы және орынды болған кезде ғана негізделген». Мұндай мәлімдемелермен келісуге болмайды. Интеграциялық бірлестіктер шеңберінде әрбір мемлекет, ең алдымен, ұлттық экономиканың аграрлық секторын экономикалық мақсатқа сай дамыту арқылы өзінің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуі тиіс.

Қорытынды

Практикалық мәселелерді шешу кезінде азық-түлік қауіпсіздігін бағалау әдістері зерттеушілерге әр елдің маңызды сипаттамаларын есепке алуға және оларды шешім қабылдауға пайдалануға мүмкіндік бермейді. ЕАЭО-ға мүше мемлекеттердің өзара іс-қимыл процестерін өлшеу, бағалау және реттеу құралдарын құрудың әдістемелік негіздерін одан әрі дамыту қажет. Материал мемлекеттік және муниципалды органдардың, экономикалық оқу орындарының және ғылыми қоғамдастықтың қызметкерлеріне арналған.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Официальный сайт Zhasalash.kz. URL: <https://zhasalash.kz/ru/analitika/nuzhna-li-kazahstanu-takaya-nauka-15633.html>
2. Форум: Прикладная наукометрия // Антропологический форум. 2019. № 40. С. 11–84. U R L: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/040/forum.pdf> doi: 10.31250/1815-8870-2019-15-40-11-84
3. Официальный сайт НЦГНТЭ. URL: <https://www.ncste.kz/ru/kazakhstanskaya-nauka>
4. YESSEKEYEVA, A.A. Совершенствование механизма правового регулирования в сфере продовольственной безопасности. Вестник КазНУ. Серия Юридическая, [S.l.], v. 73, n. 1, p. 300-304, dec. 2018. ISSN 2617-8362.)
5. C.S. Kim, B.H. Bai, P.B. Kim, K. Chon. Review of reviews: a systematic analysis of review papers in the hospitality and tourism literature // *Int. J. Hospit. Manag.*, 70 (2018), pp. 49-58, [10.1016/j.ijhm.2017.10.023](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.023)
6. Falagas, M.E.; Pitsouni, E.I.; Malietzis, G.A., Pappas, G. (2008) 'Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: Strengths and Weaknesses.' *FASEB Journal* 22, no.2, pp. 338–42.
7. Bosman, J.M., Rasch, M., Sieverts, E., Verhoeff, H. (2006) 'Scopus reviewed and compared. The coverage and function-ality of the citation database Scopus, including comparisons with Web of Science and Google Scholar'. Utrecht: Utrecht University Library, <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/18247>
8. Де Пой Э., Гитлин Л.Н. Методы научных исследований в медицине и здравоохранении / пер. с англ. под ред. В.В. Власова. — М.: ГЭОТАР-Медиа; 2017. — 432 с.
9. Peters MDJ, Marnie C, Tricco AC, et al. Updated methodological guidance for the conduct of scoping reviews. *JBI Evid Synth.* 2020;18(10):2119–2126. doi: 10.11124/JBIES-20-00167
10. Stukach, V.F., Baidalinova, A.S., Suleimanov, R.E. Development of the Agricultural Sector as a Factor of Ensuring Food Security of Kazakhstan in the Context of the EAEU (2022) *Economy of Region*, 18 (1), pp. 223-236. DOI: 10.17059/ekon.reg.2022-1-16
11. Baydildina, A., Akshinbay, A., Bayetova, M., Mkrytichyan, L., Haliepesova, A., Ataev, D. Agricultural policy reforms and food security in Kazakhstan and Turkmenistan (2000) *Food Policy*, 25 (6), pp. 733-747. DOI: 10.1016/S0306-9192(00)00035-X.
12. Ozenbayeva, A.T. State regulation of agroindustrial complex as a basis for food security of the Republic of Kazakhstan (2014) *Actual Problems of Economics*, 162 (12), pp. 203-211.
13. Щетинина И.В., Калугина З.И., Фадеева О.П., Чупин Р.И. Продовольственная безопасность России в условиях глобализации и международных ограничений. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2019. – 264 с.
14. Ахметова К.А. Исследование уровня обеспеченности населения молочными продуктами в Республике Казахстан // *ҚаржыҚаражат – Финансы Қазақстана*. – 2005. – № 3. – С. 64–66.
15. Бимендиева Л.А. Продовольственная безопасность: проблемы и пути ее решения // *Вестник КазНУ. Серия экономическая*. – 2002. – № 1. – С. 14–16.
16. Жанбекова З.Х. Внутренние и внешние угрозы продовольственной безопасности Казахстана // *Вестник КазНУ. Серия экономическая*. – 2003. – № 3. – С. 23–27.

17. Казембаев М.Е. Как обеспечить продовольственную безопасность? // Экономика Казахстана. – 1997. – № 11–12. – С. 49–54
18. Султанбекова Г. и др. Продовольственная безопасность Казахстана: современное состояние и направления обеспечения // Экономика и статистика. – 2001. – № 1. – С. 42
19. Токобаев Н.К. Продовольственная безопасность и критерии ее оценки // Вестник КазЭУ. – 2015. – URL: <http://articlekz.com/article/magazine/114>

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ВЫЖИВАЕМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Низамов Н.Т.

слушатель ЕМВАКазНУ им. Аль-Фараби,
1 курс

Научный руководитель: Садыков Б.Г.
преподаватель по программам МВА, ДВА

Аннотация

Данная статья посвящена стратегии развития и проблемам выживаемости предприятия. В ней рассматривается важность разработки стратегии для успешного развития предприятия и выживания на рынке. Автор анализирует основные этапы стратегического планирования и приводят примеры успешной реализации стратегии на практике.

Одной из основных проблем выживаемости предприятия является недостаточная адаптивность к изменяющимся условиям рынка. Автор рассматривает методы анализа внешней и внутренней среды предприятия, которые помогают выявить потенциальные угрозы и возможности для развития. Также они описывают ключевые факторы, которые влияют на выживаемость предприятия, такие как управление финансами, управление персоналом и инновационный потенциал.

Автор подчеркивает важность постоянного анализа и корректировки стратегии в зависимости от изменений на рынке и внутри предприятия. Они также отмечает необходимость участия всех заинтересованных сторон в разработке и реализации стратегии, таких как руководство, сотрудники и инвесторы.

В заключение автор подводит итоги и подчеркивает, что стратегия развития и выживаемости предприятия является важным фактором успеха на рынке и требует постоянного внимания и анализа.

Введение

Стратегия развития и проблемы выживаемости предприятия являются важными аспектами бизнеса, которые необходимо учитывать при планировании и реализации долгосрочных целей. Рынок постоянно меняется, и предприятия, которые не готовы адаптироваться к новым условиям, рискуют остаться за бортом. Поэтому, разработка и реализация эффективной стратегии является необходимостью для успешного выживания на рынке.

В данной статье мы рассмотрим основные этапы стратегического планирования, методы анализа внешней и внутренней среды предприятия, а также ключевые факторы, которые влияют на выживаемость предприятия. Мы также рассмотрим примеры успешной реализации стратегии на практике и подчеркнем важность участия всех заинтересованных сторон в разработке и реализации стратегии.

Целью данной статьи является предоставление полезной информации о стратегии развития и выживаемости предприятия, которая может быть использована руководством и сотрудниками предприятий для создания успешной и эффективной стратегии.

Методология

Включает в себя следующие шаги:

- Анализ внутренней среды предприятия, который включает в себя оценку ресурсов, компетенций, производственных мощностей, кадрового потенциала, финансового состояния и других внутренних факторов, которые влияют на развитие предприятия.

- Анализ внешней среды предприятия, который включает в себя оценку конкурентной среды, экономической, политической, социальной и других факторов, которые могут повлиять на деятельность предприятия.

- Определение стратегических целей и задач, которые предприятие должно достичь в среднесрочной и долгосрочной перспективе, с учетом результатов анализа внутренней и внешней среды.

- Разработка стратегии развития предприятия, которая будет направлена на достижение поставленных целей и задач.

- Оценка рисков и возможностей, связанных с реализацией стратегии развития предприятия.

- Разработка плана реализации стратегии, который будет включать в себя детальное описание мероприятий и сроков их выполнения, а также необходимых ресурсов.

- Контроль и корректировка выполнения задач и результатов, анализ изменений во внешней и внутренней среде и корректировка стратегии при необходимости.

Эта методология позволяет предприятию разработать эффективную стратегию развития и обеспечить свою выживаемость на рынке. Важным элементом этой методологии является постоянный контроль и корректировка стратегии в соответствии с изменениями во внешней и внутренней среде.

Результаты исследования

Результаты исследований показывают, что эффективная стратегия развития является ключевым фактором выживаемости предприятия на рынке. Кроме того, исследования подтверждают, что многие предприятия не выживают на рынке из-за неправильно выбранной или неэффективно реализованной стратегии развития.

Одним из основных факторов успеха в реализации стратегии развития является способность предприятия адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка. Также важным является наличие достаточных ресурсов, компетентных кадров и эффективной системы управления, которые обеспечивают эффективную реализацию стратегии.

Исследования также показывают, что риск неудачной реализации стратегии развития можно снизить, если использовать системный подход к ее разработке и реализации. Это означает, что предприятие должно учитывать не только внутренние, но и внешние факторы, которые могут повлиять на его деятельность, а также использовать инструменты контроля и корректировки реализации стратегии.

Таким образом, результаты исследований подтверждают важность разработки эффективной стратегии развития для обеспечения выживаемости предприятия на рынке. Однако, важно помнить, что стратегия развития должна быть гибкой и подвергаться корректировке в соответствии с изменением условий рынка и внутренних факторов.

Для составления стратегии развития компании необходимо провести анализ внутренней и внешней среды предприятия.

Анализ внутренней среды предприятия является одним из ключевых этапов при разработке стратегии развития. Данный анализ позволяет оценить сильные и слабые стороны предприятия, а также определить возможности для улучшения.

Оценка ресурсов включает в себя анализ наличия и доступности финансовых, материальных, технологических, информационных и других ресурсов. Это позволяет понять, насколько предприятие готово к реализации своей стратегии и какие ресурсы нужно развивать.

Оценка компетенций предприятия направлена на выявление его уникальных знаний, навыков и опыта, которые являются ключевыми для достижения конкурентных преимуществ на рынке. Это может быть высокая квалификация персонала, уникальные технологические решения или опыт взаимодействия с клиентами.

Анализ производственных мощностей позволяет оценить эффективность использования имеющегося оборудования и возможности его модернизации или замены. Это также включает в себя анализ производственных процессов и оценку возможностей для улучшения эффективности.

Оценка кадрового потенциала позволяет оценить квалификацию и потенциал персонала, а также определить потребность в дополнительном обучении и развитии кадров. Это также включает в себя анализ организационной культуры и возможностей для ее улучшения.

Оценка финансового состояния предприятия позволяет оценить его финансовую устойчивость, ликвидность и рентабельность. Это включает в себя анализ финансовой отчетности, управления денежными потоками и оценку финансовых рисков.

Кроме вышеперечисленных факторов, анализ внутренней среды также может включать в себя оценку эффективности управления, структуры организации и других внутренних факторов, которые влияют на успех предприятия.

Анализ внешней среды предприятия является важным этапом разработки стратегии развития, так как позволяет определить возможности и угрозы, которые могут влиять на его деятельность. Некоторые из факторов внешней среды, которые могут быть учтены в анализе, включают:

- Экономические факторы, такие как уровень инфляции, процентные ставки, уровень безработицы и т.д. Эти факторы могут влиять на спрос на продукцию предприятия, на доступность кредитов и на другие аспекты его деятельности.

- Политические факторы, такие как изменения в законодательстве, налоговой политике, международных санкциях и т.д. Эти факторы могут влиять на степень регулирования деятельности предприятия, его конкурентоспособность и возможности для экспансии на международный рынок.

- Социальные факторы, такие как изменения в демографической ситуации, модных тенденциях, предпочтениях потребителей и т.д. Эти факторы могут влиять на спрос на продукцию предприятия и требования к качеству продукции.

- Технологические факторы, такие как новые технологии, изменения в производственных процессах и т.д. Эти факторы могут влиять на конкурентоспособность предприятия, его способность адаптироваться к изменениям и на долгосрочную устойчивость.

Анализ внешней среды позволяет предприятию определить свои преимущества и недостатки, а также возможности и угрозы, которые могут повлиять на его деятельность. Это позволяет разработать эффективную стратегию развития, учитывающую все факторы, влияющие на деятельность предприятия.

Контроль и корректировка являются важной частью процесса стратегического управления, так как позволяют следить за выполнением поставленных задач и достижением результатов, а также адаптировать стратегию к изменяющейся внешней и внутренней среде.

Для контроля выполнения задач и результатов необходимо установить ключевые показатели эффективности (KPI), которые будут отражать степень достижения целей и задач. Кроме того, следует разработать систему мониторинга, которая позволит собирать и анализировать данные о выполнении KPI и внешних изменениях, таких как изменения конкурентной среды, экономической и политической ситуации.

При анализе изменений во внешней и внутренней среде необходимо учитывать как возможные риски, так и возможности для развития. При выявлении рисков необходимо разработать планы действий для минимизации их последствий, а при выявлении возможностей - внедрить новые стратегические проекты для увеличения эффективности и конкурентоспособности предприятия.

Корректировка стратегии должна проводиться регулярно на основе результатов мониторинга и анализа изменений во внешней и внутренней среде. В случае необходимости

стратегия может быть пересмотрена и адаптирована для достижения лучших результатов в условиях изменяющегося рынка.

Следует отметить что, недостаточная адаптивность к изменяющимся условиям рынка является одной из ключевых проблем выживаемости предприятия. Современный рынок характеризуется быстрым изменением требований и предпочтений потребителей, внезапными экономическими кризисами, новыми технологическими революциями и другими факторами, которые могут серьезно повлиять на деятельность предприятия.

Предприятия, которые не могут адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, рискуют потерять конкурентные позиции и выйти из бизнеса. Недостаточная адаптивность может проявляться, например, в том, что предприятие продолжает использовать устаревшие технологии, не учитывает новые требования потребителей, не следит за изменениями в законодательстве и т.д.

Для решения этой проблемы предприятия должны использовать гибкие стратегии развития, которые позволяют быстро реагировать на изменения на рынке. Также важно обеспечить постоянное мониторинг и анализ изменений во внешней и внутренней среде предприятия, чтобы оперативно принимать решения и корректировать стратегию развития. Кроме того, предприятия должны обладать достаточными ресурсами и компетентными кадрами для реализации гибких стратегий развития.

В Республике Казахстан есть много примеров успешной реализации стратегии развития на практике. Некоторые из них:

Национальная компания "КазМунайГаз" - компания успешно реализовала стратегию по диверсификации своей деятельности и стала одной из крупнейших энергетических компаний в Центральной Азии. Компания также успешно осуществила IPO и получила доступ к международным финансовым рынкам.

Национальная компания "Казахмыс" - компания успешно реализовала стратегию по модернизации производства и улучшению качества продукции. Компания также осуществила успешное слияние с компанией "ENRC" и стала одной из крупнейших металлургических компаний в мире.

AirAstana - компания успешно реализовала стратегию по развитию маршрутной сети, модернизации флота и улучшению качества обслуживания. Компания стала крупнейшей авиакомпанией в Центральной Азии и получила множество международных наград.

Банк "Халык Банк" - компания успешно реализовала стратегию по увеличению активов, расширению сети отделений и внедрению новых технологий. Компания стала крупнейшим коммерческим банком в Казахстане и одним из лидеров банковского сектора в регионе.

Тенгиз шевройл- компания успешно реализовала стратегию по увеличению добычи нефти, модернизации производства и улучшению экологической безопасности. Компания стала крупнейшим добытчиком нефти в Казахстане и одним из крупнейших в мире.

Выводы. Из представленной статьи можно сделать следующие выводы:

- Стратегия развития является важным инструментом обеспечения выживаемости предприятия в условиях современного рынка.

- Недостаточная адаптивность к изменяющимся условиям рынка является одной из основных проблем выживаемости предприятия.

- Оценка внутренней и внешней среды является необходимой частью разработки стратегии развития.

- Контроль и корректировка выполнения задач и результатов являются важными этапами реализации стратегии развития.

В целом, разработка и реализация стратегии развития являются сложным, но необходимым процессом для обеспечения долгосрочной выживаемости предприятия в условиях меняющейся рыночной конъюнктуры.

Примеры успешной реализации стратегии развития на практике в РК свидетельствуют о том, что разработка и реализация стратегии развития являются эффективными инструментами обеспечения выживаемости предприятия.

КӘСПОРЫНДАРДА ЖОБАЛАРДЫ БАСҚАРУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Аманкелди Д.А.
Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,
Экономика және бизнес жоғары мектебі,
«Жобаларды басқару» тобының 2 курс магистранты

Ғылыми жетекшісі: Адамбекова А. А.
э.ғ.д., профессор

Кәсіпорындарда жобаларды басқарудың негізгі тенденцияларын және динамикасын анықтау үшін жобаларды басқарудың заманауи жүйесінің қалыптасу тарихына шолу жасау керек. Ең алдымен, жобаларды басқару негіздеріне 1950 жылдардың соңында АҚШ-да пайда болған желілік басқару әдістемесін жатқызамыз. Бұл әдістер нарықтық экономика елдерінде ғана емес, жоспарлы-директивті бағыттағы елдерде де кеңінен таралды. Олар көбінесе құрылыс салаларында жиі қолданылды. Солардың бастамасымен жобалық басқару әдістері де пайда бола бастады.

Мысалы, Ньюфаундлендте (Канада, Лабрадор провинциясы) орналасқан Черчилль өзеніндегі су электр станциясын салу бойынша жоба жүзеге асырылды. Жобаның құны 950 миллион АҚШ долларын құрады. Су электр станциясы 1967 – 1976 жылдары салынды. Бұл жоба құрылыс өндірісі тарапынан күрделі болды, оған қатысушылар саны да көп болды. Мұнда 100 құрылыс шарттары болды, олардың кейбіреулерінің құны 76 миллион АҚШ долларын құраған болады. Жобаның тапсырыс берушісі Churchill Falls Labrador Corp. болды, құрылысты басқару үшін Acres Canadian Betchel фирмасын жалдаған болатын.

Есептеу техникасының мүмкіндіктері және ақпараттық технологиялар негізінде басқару және жоспарлаудың жаңа әдістерін пайдалану арқылы уақытты үнемдеуге мүмкіндік туды. Дегенмен алғашқы ЭЕМ бағасы бойынша қымбат болып, тек ірі компаниялар үшін қолжетімді болды.

1956 жылы АҚШ-тағы химия және мұнай-газ "Дюпон де Немур" компаниясы (Du Pont de Nemours Co.) жобаларды басқару әдістері мен құралдарын әзірлеу үшін топ құрды. 1957 жылы бұл жұмыстарға UNIVAC зерттеу орталығы мен Remington Rand фирмасы қосылды. 1957 жылдың соңына қарай Kelly және Walker басқаратын осы ұжыммен UNIVAC ЭЕМ-де бағдарламалық іске асырумен сыни жол (CPM) әдісі әзірленді. CPM Кентукки штаты Луисвилл қаласында Химиялық талшықтар зауытын салу жоспарын әзірлеуге табысты сыналды. Осы жұмыстың нәтижесінде жобаны басқару бойынша алғашқы жарияланымдар пайда болды. "Поларис" (US Navy) бағдарламасы үшін CPM кейін 1957-58 ж.ж. ішінде PERT желілік жоспарлау жүйесі әзірленіп, сынақтан өткізілді. "Поларис" бағдарламасы 250 Контрактор - фирмаларды және 9000 – нан астам субконтрактор - фирмаларды қамтыды.

Осылайша, жобалық басқару әдістемесі тек ірі фирмаларда ғана қолданылды және алғашқы жобалар масштабы бойынша, орындаушылар саны және капитал салымдары бойынша ауқымды болып есептелді. Алғашында ірі компаниялар бағдарламалық жасақтаманы жеке жобаларын қолдау үшін жасап шығарса, жобаларды басқарудың алғашқы жүйелері бағдарламалық жасақтама нарығында да пайда бола бастады [1].

Жобаларды басқару жүйелерінің кәсіпорында жобаларды басқаруды қолдайтын ұйымдық және технологиялық құралдар мен әдістердің, процедуралардың жиынтығы болып табылады және жобаларды жүзеге асырудың тиімділігін арттырады. Жобаларды басқару

жүйесінің өзгеруі кәсіпорын ерекшелігіне, жоба күрделілігіне, қажетті ресурстардың қолжетімділігіне тәуелді болады. Жүйе кәсіпорынның стратегиялық мақсаттарына, ұйымның өндірістік ресурстарына максималды түрде сәйкес келуге бағытталады. Зерттеу жұмысының объектісінде корпоративтік жобаларды басқару жүйесі пайдаланылады және аталған зерттеу жұмысының екінші бөлімінде толығырақ сипатталатын болады.

Жобаларды басқаруға арналған жүйелердің қарқынды дамуы дербес компьютердің пайда болуымен басталды, себебі компьютер басшыларға арналған жұмыс құралына айналды. Басқару жүйесінің тұтынушыларының артуы жобаларды басқару жүйесінің жаңа түрінің құрылуын талап етті. Мұндай жүйелердің негізгі көрсеткіштерінің біріне пайдалану қарапайымдылығы жатты.

Жаңа басқару жүйелері кез-келген менеджерге түсінікті құрал ретінде дайындалды, ол арнайы дайындықты қажет етпеді және жұмысқа оңай, жылдам кіруге мүмкіндік берді. «Time Line» жүйелердің осы класына жатады. Басқару жүйелерінің жаңа нұсқаларын дайындаушылар жүйенің сыртқы қарапайымдылығын сақтауға тырысты, функционалды мүмкіндіктерін кеңейтіп, төмен бағаларды сақтап, жүйені кез-келген деңгейдегі фирмалар үшін қолжетімді етті.

Қазіргі таңда АҚШ және басқа да дамыған елдерде көптеген салаларда жобаларды басқару жүйесін пайдаланудың тереңдетілген дәстүрлері қалыптасқан.

Мысалы, 1993-1998 жылдары Катар елінде, Парсы шығанағының жағалауында «Chiyoda» жапон компаниясымен, шамамен 2000 компанияның қатысуымен сұйылтылған газ өндірісі бойынша зауыт және оған қызмет көрсететін теңіз терминалы құрылды (Qatargas LNG Plant). Жоба бюджеті \$1,7 млрд құрады. Жоба кәсіби басқару әдісімен және заманауи ақпараттық технологияларды басқарумен жүзеге асырылды, оның ішінде Intel Sat телекоммуникациялық спутнигі және ғаламтор жаһандық желісі қолданылды: Electronic Data Management System (EDMS), Global Communication System, Project Material Management System, New Project Management Tools, Project IT.

Инжинирингтік және басқарушылық жұмыстар жоба бюджетінің шамамен 40%-ы жұмсалды: зауыт жобалаудың үшөлшемді автоматтандыру жүйесінің көмегімен жобаланды, компьютерлік технология сынақтан өткізілді және құрылыс-монтаждау жұмыстары ұйымдастырылды. Жобаға тиісті түзетулер енгізілді және қажетті жобалық-сметалық құжаттама мен материалдар басып шығарылды. Содан кейін ғана компьютердегі барлық жұмыстар қайта жасалды.

Жобаны жете зерттеу және ұйымдық-технологиялық дайындау, жұмыстарды кешенді жоспарлау, үздіксіз бақылау жүргізу, негізгі параметрлерге мониторинг жасау, туындаған мәселелерді уақытылы шешу нәтижесінде жобаның шөлді жерде орналасқанына, жергілікті кадрлардың жетіспеушілігіне қарамастан бұл жоба сапалы орындалды. Жоба бойынша қызу жұмыстар жүргізілген уақытта аумақта тоғыз мыңға дейін адам жұмыс жасады. Бекітілген бюджетті үнемдеу 11%-ды құрады, жоба белгіленген мерзімнен 8 ай бұрын аяқталды. 1999 жылы Project Management Institute, USA институтымен «Жыл жобасы» деген номинацияға ие болды.

Жобаларды басқарудың халықаралық ассоциациясы (IPMA) Швейцарияның Цюрих қаласында құрылды.

Жобаларды басқарудың халықаралық ассоциациясы – жобаларды басқарудың 34 ұлттық ассоциациясын және дамыған еуропалық елдерден, сонымен қатар, Түркия, Египет, Қытай, Үндістан, Оңтүстік Африка, Латын Америкасынан 20000 мүшелерді біріктіретін жобаларды басқару саласындағы халықаралық ұйым. Ұйым 1965 жылы Швейцарияда бейкоммерциялық ұйым ретінде тіркелді. Ұйымның негізгі мақсаты – түрлі елдерде жобаларды басқару құралдары мен әдістерін тәжірибеде пайдалануға, дамытуға ықпал ету.

IPMA ұйымының негізгі бағыттары: зерттеу және дайындау, білім және оқыту, жобаларды басқару саласындағы стандарттар мен сертификациялар. IPMA мүшелеріне жобаларды басқару бойынша ұлттық ассоциациялар жатады. Бұл ассоциациялардың қызметтері жобаларды басқару саласында жұмыс істейтін мамандардың кәсіби

қажеттіліктерін қамтамасыз етуге бағытталды. Өз кезегінде IPMA халықаралық деңгейде ұлттық ассоциациялардың кәсіби қажеттіліктерін қамтамасыз етеді.

Америкалық жобаларды басқару институтымен (PMI) дайындалған Project Management Body of Knowledge (PMBOK) жобаларды басқарудың әдістемелік негіздерінен тұратын құжаттарда қолданылды.

20-дан астам елдерде өзінің ұлттық сертификациялау жүйелері болғанымен, халықаралық тәжірибеде кеңінен қолданылатындары – халықаралық сертификацияның 4 деңгейлі жүйесі: IPMA (PMP IPMA), және АҚШ-тың 1 деңгейлі халықаралық жүйесі PMI (PMP PMI).

Қазіргі таңда халықаралық кооперацияның негізгі бағыттарының бірі – жобалық қызметті стандарттаудың бірыңғай әдіс, тәсілдерін құру, бірыңғай глоссарий мен талаптар жүйесін құру.

Жобаларды басқару жүйесінің таралуын бағалай отырып, қазіргі таңда жобаларды басқарудың барлық дамыған, дамушы елдерде айтарлықтай маңызды рөл алатындығын айтуға болады.

Жобаларды басқару кәсіпкерлік құрылымдарда басқару саласының жаңа мәдениеті ғана емес, сонымен қатар, даму тарихы, дәстүрлері, экономикасы мен мәдениеті әртүрлі түрлі континенттегі елдердің арасындағы іскерлік ынтымақтастық көпірі ретінде де қызмет ете бастады. Қазіргі таңда жобаларды басқару әдістемесі мен идеологиясы шеңберінен тыс орындалатын бір жобаны атаудың өзі қиын.

Халықаралық жобаларды басқару ассоциациясының деректері бойынша жобаларды басқарудың заманауи әдістері мен құралдарын пайдалану әдетте жобалар мен бағдарламаларға жұмсалатын 20-30 % уақытты және 15-20% құралдарды үнемдеуге мүмкіндік береді.

Көптеген шет елдердің тәжірибесі көрсеткендей, жобаларға бағытталған басқару қызметі экономикалық дағдарысты және негізгі өндірістік, ғылыми және әлеуметтік мәселелер шешудің ең жақсы жолы болып табылады. Жобаларды дамыту үшін барлық мүдделі тараптар өзара тығыз байланысты болуы керек. Бұл процесс, атап айтқанда, елдің жалпы инвестициялық ахуалына, кәсіпкерлікті дамыту стратегиясына, ұлттық даму бағдарламаларының саясаты мен басымдықтарына, қолданыстағы инфрақұрылым мен механизмге байланысты [2].

Әлемдік тәжірибеде жобаларды басқарудың қазіргі тенденцияларын қарастырғанда 2020 жылы бүкіл әлемде орын алған әлемдік пандемияны (Covid 19) ескермеуге болмайды. Осы орайда американдық профессор Те Wu бүгінгі таңда жобалық менеджмент әлемін өзгерткен 5 тенденцияны жіктеді:

1. Жобаны басқару жөніндегі менеджер рөлінің стратегиялық маңыздылығы түбегейлі артты. Жоба менеджерлері жаңа өнімдер мен қызметтерді құру және іске қосу бойынша жұмысты басқаратын көшбасшылар мен идеологтар, мамандар бола бастады.

2. Кез-келген көлемдегі ұйымдар гибридті форматта жұмысын жалғастыруды үйренді, қызметкерлердің үйден және кеңседен жұмысын үйлестіруі және виртуализация мен қашықтықтан жұмыс істеу жүйелеріне сүйенуі қалыпты жағдайға айналды.

3. Жоба менеджері мамандығының басымдығы өзгерістерге икемді жауап беру, жаңа жағдайларға тез бейімделу, практикалық тәжірибе мен парасаттылықты жинақтау және сәтті қолдану мүмкіндігімен ерекшеленді.

4. Ірі компаниялар күнтізбелік-желілік жоспарлау шешімдеріне негізделген дәстүрлі жүйелерді біріктіру арқылы гибридті жобаларды басқару әдістерін меңгере бастады.

5. Ынтымақтастық және жобаларды басқару жүйелерін жеңілдету, және жақсартылған интеграциялау, жобалық топтардың цифрлық сауаттылығын арттыру. Блокчейн, жасанды интеллект, адам мен машинаның өзара әрекеттесуі, ұтқырлық, бейнелеу жүйелері және қашықтан жұмыс істеу сияқты технологиялар алдыңғы қатарға шықты.

Жобаны басқарудың аталған 5 негізгі тенденциясын ескере отырып, тиімділік пен нәтиже процестен әлдеқайда маңызды болатынын түсінуге болады [3].

Профессор Те Wu-мен жіктелген тенденциялардың барлығы қазіргі таңда да өзекті болып келеді, соның ішінде қашықтықтан жұмыс істеу, жаңа жағдайларға тез бейімделу, дәстүрлі жүйелерді біріктіру, жоба менеджерларының көшбасшыларға айналуы сияқты іс-әрекеттер көптеген кәсіпкерлік құрылымдарда бүгінгі күнге дейін жүзеге асырылып келеді.

Сонымен, жобаларды басқаруды ұйымдастырудың шетелдік тәжірибесін сипаттай отырып әлемдік нарықты толық сеніммен динамикалық дамып келе жатқан және жоғары технологияларды пайдалануға бағытталған деп есептеуге болады. Жобаларды басқару тарихының ең алдымен АҚШ-та, кейіннен Еуропа, Азия елдерінде дами бастағанына көз жеткіздік. Жобаларды басқару бойынша халықаралық ұйымдардың құрылуы жобаларды басқару бойынша заманауи әдістер мен құралдарды пайдалануға мүмкіндік берді. Мысалы, Жапонияның жобаларды басқару қауымдастығы тек стандарттардан тұратын ұйым ғана емес, сонымен қатар, елдің мәдени дәстүрлері мен философиясын есепке алатын жүйе болып табылады. Біздің елімізде де осындай қауымдастықты құру кәсіпкерлік құрылымдардағы жобалардың жүзеге асырылуын, бәсекеге қабілетті бірегей өнімдер мен қызметтердің шығарылуын ынталандыратын болады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Системы управления проектами на предприятии. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://assistentus.ru/vedenie-biznesa/sistemy-upravleniya-proektami>
2. Алексей Челябин. Проектное управление в сфере информационных технологий, Москва, 2016 г, 210 стр.
3. Wu, T. Digital project management: rapid changes define new working environments, Journal of Business Strategy; 2021.

КОМПАНИЯДАҒЫ ЖОБАЛАРДЫҢ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ СЕНІМДІЛІГІН АРТТЫРУ

Мәдениетова М.Ж.

әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ,
Жобаларды басқару, 2-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Нурсейтова Г.Б.
э.ғ.к., аға оқытушы

Жобалар нәтижелерді құру арқылы мақсаттарға жету үшін жүзеге асырылады. Мақсат – жұмыс бағытталуы тиіс түпкі нәтиже; қабылданатын стратегиялық ұстаным; өндірілетін өнім; көрсетілетін қызмет. Жобалар әлеуметтік, экономикалық, материалдық немесе экологиялық нәтижелерді бере алады.

Жобалар бизнес-құндылықты жасауға мүмкіндік береді. Бизнес-құндылық іскерлік кәсіпорыннан алынатын таза, сандық пайда ретінде анықталады. Жобалардың бизнес-құндылығы мүдделі тараптардың белгілі бір жобаны жүзеге асыру нәтижесінде алатын пайдасы ретінде түсініледі. Жобаның пайдасы материалдық, материалдық емес немесе екеуі де болуы мүмкін.

«Жоба» терминінің бірқатар анықтамалары бар және олардың әрқайсысы маманның алдында тұрған нақты міндетке байланысты өзекті болып табылады. Оларға келесілер жатады:

- Жобаларды басқару институтының анықтамасы бойынша «жоба – бірегей өнімдерді, қызметтерді немесе нәтижелерді жасауға арналған уақытша кәсіпорын» [1];
- М.Х. Мескон, М. Альберт және Ф. Хэдоури бойынша «жоба – нақты, анық белгіленген мақсатқа жету үшін қалыптасқан уақытша ұйымдық құрылым» [2];

- Ф.Бэгыюли жобаға «белгілі бір уақыт кезеңінде болып жатқан және бірегей, сонымен бірге нақты нәтижеге жетуге бағытталған өзара байланысты оқиғалардың тізбегі» деп анықтама береді [3].

Жобаның тиімділігін бағалау – оның жоспарланған мақсаттар мен мүдделі тараптардың жоспарларына сәйкестігін көрсететін, жобаны орындауға және түпкілікті жетістіктерге жұмсалған шығындарды есептеу және капиталды шығындарды талдау процедурасы.

Жоба тиімділігі нақты сандық сипаттамалармен – белгілі бір аспектіде сәйкестікті көрсететін тиімділік көрсеткіштерімен, жобаны жүзеге асырудың оның әр қатысушылары үшін «пайдасымен», сонымен қатар кейбір сапалық сипаттамалармен бағаланады.

Жобаның инвестор үшін қолайлы экономикалық тиімділігін анықтау экономикалық есептеулердің ең күрделі саласы болып табылады. Ол әртүрлі әлеуетті инвесторлардың барлық көптеген факторларын біріктіруді, жобаның сыртқы ортасындағы қиын болжанатын өзгерістерді, сонымен қатар тұрақсыз экономикалық жағдайдағы салық жүйесін ескеруді қажет ететін техникалық-экономикалық негіздемені әзірлеумен байланысты. Бұның барлығы тиімділікті бағалау айтарлықтай ұзақ есептік кезең бойынша сәйкес ақпараттарға негізделуі қажеттілігімен қиындай түседі. Ал жобаның тиімділігін бағалаудың мәселесі оның табыстылық деңгейін абсолютті және салыстырмалы мәнде анықтау қажеттілігімен байланысты.

Жобаларды бағалау әдістері жобалардың ерекшеліктеріне байланысты, олардың шығындар ауқымы, жүзеге асыру мерзімі және соңғы нәтижелері бойынша айтарлықтай айырмашылықтарға ие болады. Жобалардың экономикалық тиімділігін бағалаудың дәстүрлі әдістері екі топқа бөлінеді:

- дисконттау процесін қамтымайтын әдістер, яғни статикалық әдістер: қарапайым өтелімділік мерзімі (Pay-Back Period – PP), инвестициялық тиімділік коэффициенті (Accounting rate of return – ARR) және жобаның орташа рентабельділігі;

- дисконттау негізіндегі әдістер, яғни динамикалық әдістер: таза дисконтталған құн (Net Present Value – NPV), табыстылық индексі (Profitability index – PI), кірістіліктің ішкі нормасы (Internal Rate of Return – IRR) және дисконтталған өтелімділік мерзімі (Discounted Pay-Back Period – DPP)[4].

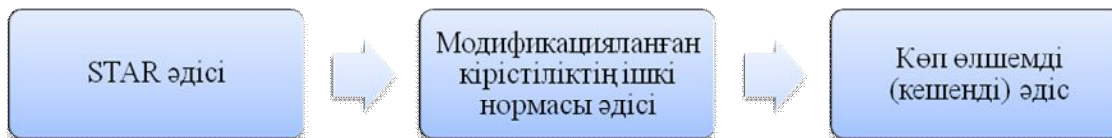
Ұзақтығы 3 жылға дейінгі және шығындары жылдар бойынша біркелкі бөлінген жобалардың тиімділігін бағалау үшін статикалық әдістер қолданылады. Статикалық көрсеткіштерге негізделген бағалау әдістері есептеуде қарапайым және жобаны алдын ала бағалау үшін қолданылады. Жобаның өмірлік циклі 3 жылдан артық болса, динамикалық әдістер тиімді саналады. Динамикалық әдістер жобалардың нәтижелері мен шығындарын оның бүкіл өмірлік цикліндегі уақыт факторымен салыстыруға, дисконттау әдістерін қолдануға негізделген. Дисконттау коэффициентін анықтау арқылы көп уақыттық шығындар мен нәтижелерді уақыттың бір нүктесіне жеткізу үшін қолданылатын дисконттау мөлшерлемесінің мәні бағаланатын жобаның тәуекел дәрежесіне және қарыз капиталының пайызына байланысты [5].

Статикалық әдістер уақыт факторын есепке алмайды, жоба сапасы туралы шамалы ғана ақпарат береді. Негізгі артықшылығы – есептеулердің салыстырмалы түрде қарапайымдылығы. Кәсіпорын бұл әдістерді жоба шағын, есептеулерді тез арада жүргізу қажет болған жағдайда қолданады. Ал динамикалық әдістер жобаны оның барлық өмірлік циклі бойынша қарастыруға және ақша ағындарын дисконттауға негізделген. Яғни, бұл әдістерді қолдану кезінде уақыт бойынша бөлінген шығыстар мен кірістер бір (базалық) уақытқа келтіріледі. Алайда, бұл әдістердің күрделілігі олардың нәтижесі бойынша қабылданған шешімдердің дұрыстығына толық кепілдік бермеуі мүмкін.

Жобаның инвестициялық тартымдылығын және кәсіпорындардың күрделі салымдарының сапалық құрылымын арттыру үшін жобалардың тиімділігін бағалау тәсілдерін жетілдіру қажет. Әртүрлі экономикалық көрсеткіштерді қолдануға негізделген жобалардың тиімділігін бағалаудың көптеген әдістері және олардың әрқайсысының өзіндік артықшылықтары мен кемшіліктері бар. Дұрыс инвестициялық шешім қабылдау үшін

бірнеше әдістерді бір уақытта қолдануға тырысу көбінесе біржақты нәтиже бермеуі мүмкін. Сол себепті жобалардың тиімділігін анықтаудың қолданыстағы әдістерін бағалай отырып, оларды пайдаланудың негізгі кемшіліктерін ескере отырып, заманауи әдістерді қолдануды ұсынуға болады.

Компаниядағы жүзеге асырылатын жобалардың тиімділігін бағалау сенімділігін арттыру мақсатында пайдалануға ұсынылатын заманауи әдістер 1-суретте көрсетілген.



Сурет 1 - Компаниядағы жүзеге асырылатын жобалардың тиімділігін бағалау сенімділігін арттыру мақсатында пайдалануға ұсынылатын заманауи әдістер.

Ескерту - [6], [7] әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған.

1. Жобалардың тиімділігін бағалаудың ең танымал заманауи әдістерінің бірі – STAR әдісі (Strategic technology assessment review – стратегиялық технологиялық бағалау жинағы). Бұл әдіс шығындар мен тәуекелдерді азайтатын және жобаны іске асыру барысында алынған пайда деңгейін арттыратын жобаларды табу және бағалау логикасына негізделген. Әдістемедің әлеуетті табыс ағындары, жобаның нарықтық бейімделу жылдамдығы немесе кідірісі, жобаны әзірлеу, коммерциализациялау шығындары, сондай-ақ тауарлар мен қызметтер нарығында жоба мен бәсекелестікті жүзеге асыратын компанияның нарықтық жағдайы сияқты көрсеткіштер қолданылады. Яғни, бұл әдіс жобаны іске асырудың салыстырмалы және абсолютті көрсеткіштерін қамтиды, бұл алынған есептеулерді шындыққа жақындатады және оны жүзеге асыру мүмкіндігін дәл анықтауға көмектеседі.

Әрбір айнымалы сарапшылардың сауалнамасы арқылы өлшенеді, оны баламалы жобалардың тәуекелдерін бағалау үшін қолдануға болады. Бұл тәсілдің басты артықшылығы – технологиялық және стратегиялық аспектілердің кешенділігі.

STAR жүйесі бойынша бағалауға жататын жекелеген факторлар мынадай көрсеткіштермен жинақталады:

- сұраныс факторлары бойынша тәуекелдер;
- қолданылатын нарыққа шығу стратегиясының сипатына байланысты тәуекелдер;
- бәсекелестік сипаты бойынша тәуекелдер;
- бизнестің тұрақтылығын қайта бағалау тәуекелдері;
- өнімді коммерциализациялау шығындарын бағалау бойынша тәуекелдер;
- жобаның сыртқы белгісіздігіне байланысты тәуекелдер;
- фирма қызметіндегі ішкі белгісіздікке байланысты тәуекелдер [6].

2. Модификацияланған кірістіліктің ішкі нормасы (Modified Internal Rate of Return, MIRR) қарапайым IRR сияқты, бірақ ол әр ақша ағыны талданатын кезеңнің әр түрлі аралықтарында болатындығын ескереді. Яғни, MIRR инвестициялардан түскен кірістің жиынтық дисконтталған құны осы инвестициялардың құнына тең болатын дисконттау мөлшерлемесін сипаттайды. IRR әдісі кейде белгісіздікке әкелетіндіктен, MIRR мәні басқаша есептеледі. Есептеу әдістемесі келесідей:

- инвестициялар қалыптастыратын кірістердің барлық мәндері жобаның аяқталу уақытына келтіріледі. Дисконттау үшін капиталдың орташа өлшенген құнына (WACC) тең мөлшерлеме қолданылады;

- барлық инвестициялар мен қайта инвестициялау жобаның басталу уақытына келтіріледі. Дисконттау үшін дисконттау мөлшерлемесі қолданылады;

- MIRR жобаның соңына дейін күтілетін барлық кірістердің ағымдағы құны барлық талап етілетін шығындардың құнына тең болатын кіріс нормасы ретінде анықталады, ол (1) формулада көрсетілген:

$$MIRR = \sqrt[N]{\frac{\sum_{i=1}^N CF_i^+ (1+WACC)^{N-i}}{\sum_{i=1}^N \frac{CF_i^-}{(1+r)^i}}} - 1, \quad (1)$$

мұндағы, CF_i^+ – i -кезеңіндегі табыс;

CF_i^- – i -кезеңіндегі шығын (инвестиция);

WACC – капиталдың орташа өлшенген құны;

r – дисконттау мөлшерлемесі;

N – жобаның ұзақтығы [7].

Бұл әдістің IRR-ден айырмашылығы – әрқашан бір мәнге ие, ал егер бағаланатын жобаның кірістілігі капитал құнының әдеттегі деңгейінен немесе қайта инвестициялау кірістілігінен айтарлықтай өзгеше болса, онда MIRR формуласы осы мөлшерлемелер үшін дұрыс мәндерді ескереді. Сонымен қатар кейбір ескертулермен алмастырушы жобаларды бағалау кезінде таза дисконтталған құнмен (NPV) тең дәрежеде қолданыла алады. Бұл жобалардың бастапқы шығындары бірдей және инвестициялық көкжиегі бірдей болған жағдайда мүмкін болады.

3. Жобалардың экономикалық тиімділігін бағалаудың көп өлшемді (кешенді) әдісі экономикалық, ғылыми-техникалық, әлеуметтік және экологиялық көрсеткіштерді есепке алуға негізделген. Бұл әдістің мәні жобаларды бағалауға жүйелі тәсілді қолдану болып табылады.

С.Н. Яшин мен О.С. Боронин ұсынған бұл әдіс жобаны тек коммерциялық тұрғыдан ғана бағалау жеткіліксіз екендігін негіздейді. Бұл әдістің мәні жобаларды бағалауға жүйелі тәсілді қолдану болып табылады. Кешенді әдістің осы нұсқасының авторлары индикаторлардың төрт тобын бөлуді ұсынады, олардың әрқайсысы өзінің аспектісін сипаттайды: экономикалық, ғылыми-техникалық, әлеуметтік және экологиялық. Кешенді бағалау әдісінің осы вариациясының негізінде келесі әрекеттер тізбегі жатыр:

- интегралдық көрсеткіштердің құрылымын іріктеу және қалыптастыру;
- көрсеткіштерді салыстырмалы түрге ауыстыру;
- бірыңғай базалық кешенді бағалауды есептеу;
- жобаның белгісіздік жағдайы мен тәуекелдерін есепке алу [6].

Бірінші кезеңде барлық көрсеткіштерді үлкен көрініске келтіру керек. Ол үшін жалпыланған көрсеткішті айқындау кезінде жобалардың тартымдылығын салыстырмалы рейтингтік бағалау әдісін пайдалана отырып жобаларды саралау жүргізіледі. Көрсеткіштердің алуан түрлілігіне байланысты маңыздылық коэффициенттерін есептеу үшін екі әдісті қолдану қажет:

- тиімділік көрсеткіштерін сандық деңгейде басымдық бойынша бағалауға болатын белгісіздік жағдайында таңдалған интегралдық көрсеткіштердің маңыздылық коэффициенттерін есептеу үшін біз математикалық модельдеудің бір әдісін – сараптамалық рейтингті қолданамыз;

- белгісіздік жағдайында тиімділік көрсеткіштерін тек сапалы деңгейде басымдық бойынша бағалауға болады («өте маңызды» – «маңызды» – «маңызды емес» және т.б.).

Осы бағалауларға сәйкес көрсеткіштер рейтингі құрылады және жобаның жалпы рейтингтік бағасы неғұрлым төмен болса, басқа жобалар арасында оның рейтингі соғұрлым төмен болады. Әдістемеді бағалау кезінде экономикалық критерийлер басты болып табылатындығына назар аударылмайды. Барлық көрсеткіштердің салмағын құрамына тиісті функционалдылықтың уәкілетті және мүдделі тұлғалары кіретін арнайы комиссия айқындауға тиіс.

Жалпыланған көрсеткішті есептегеннен кейін жобалардың әрқайсысының рейтингі айқындалады және олардың мәні бойынша іріктеу жүргізіледі. Алынған тиімділік көрсеткішінің мәні бір жобаның екіншісінен «жақсы» екенін білдірмейді. Есептеулер

негізінде таңдалған тиімділік көрсеткіштері шеңберінде басқалармен салыстырғанда белгілі бір жобаның артықшылығы туралы ғана қорытынды жасалады.

Екінші кезең. Көрсеткіштердің бір бөлігі міндетті немесе ұсынылған деп белгіленеді, сондықтан көрсеткіштері нормативтен төмен жобалар тіпті қарастырылмайды. Осылайша, тиімсіз жобаларды қарауға кететін уақыт пен қаржылық шығындар азаяды.

Үшінші кезең – тәуекел факторлары мен белгісіздіктерді ескеру. Ол үшін жоба тәуекелдерін бағалаудың ықтималды модельдеуіне негізделген тәсіл қолданылады. Тәуекелдерді есепке алу үшін ақшалай қаражат салынатын жобаны жүзеге асыру кезеңін қарастыру ұсынылады.

Кешенді бағалау әдісі келесі артықшылықтарға ие:

- жобалардың әртүрлі түрлерін (технологиялық, әлеуметтік және т.б.) бағалауға мүмкіндік береді;

- белгілі тиімсіз жобаларды жоюға арналған құралдар бар;

- белгісіздік факторы ескеріледі, бұл инновациялық жобаларды бағалау кезінде өте маңызды.

Осылайша, әзірленіп жатқан және жүзеге асырылып жатқан жобалардың күрделенуімен, олардың қоғам мен табиғатқа әсер ету мүмкіндігінің артуымен оларды бағалау да күрделене түседі деп қорытынды жасауға болады. Бүгінгі таңда бағалаудың аналитикалық әдістерін ғана пайдалану жеткіліксіз, өйткені олар жобаның барлық жан-жақтылығын ескере алмайды.

Қалыптасқан қарама-қайшылықтар мен дәлсіздіктерді жеңудің жолы аналитикалық және сараптамалық тәсілдерді біріктіруде болуы мүмкін. Жоба тиімділігін бағалаудың дәстүрлі динамикалық әдістерімен қатар STAR, модификацияланған кірістіліктің ішкі нормасы және көп өлшемді әдістерді қолдану – компаниядағы жобалардың тиімділігін бағалау сенімділігін арттыруға мүмкіндік береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Project Management Institute. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК). Шестое издание. – М.: Олимп-Бизнес, 2018. – 792 б.

2. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Вильямс, 2016. – 698 с.

3. Бэгьюли Ф. Управление проектом. – М.: Фаир-Пресс, 2015. – 208 с.

4. Бурукина А.А. Методы и модели оценки эффективности проекта // Актуальные исследования. – 2020. – №8 (11). – С. 107-110.

5. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 1342 с.

6. Становление и развитие методов оценки эффективности инновационных проектов [Электрондық ресурс]. – Электрон. ақп. – Кіру режимі: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=19451>

7. Модифицированная внутренняя норма рентабельности (MIRR) [Электрондық ресурс]. – Электрон. ақп. – Кіру режимі: <https://www.alt-invest.ru/lib/mirr/>

ZOOMERS: THE YOUNG GENERATION SHAPING THE FUTURE OF KAZAKHSTAN'S ECONOMY

Kurbanbay G.M.

Kazakh National University, HSEB
Economics, 4th course

Scientific adviser: Kakizhanova T.I.
Ph.D. in Economics, Senior lecturer

In recent years, Kazakhstan has witnessed rapid economic development, but modern challenges require a new approach to business management and economic system reform. In this context, the generation of zoomers - people born in the period from the late 1990s to the early 2010s

- is becoming a key factor in the process of modernizing the management of the economy of Kazakhstan.

Zoomers have grown up in the conditions of rapidly changing technologies and therefore they have unique skills and knowledge that can be used to improve economic processes and management in Kazakhstan. Therefore, the study of the role of the Zoomer generation in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan is an urgent task for scientific and practical study.

In this article, we will consider the potential of the zoomer generation in the context of modern challenges facing the economy of Kazakhstan, and analyze how they can contribute to the modernization of economic management. We will also look at the main obstacles that may arise in the way of using the potential of zoomers and offer recommendations for solving these problems.

The literature review shows that the topic of the role of the Zoomer generation in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan is under development and requires additional research.

However, some researchers draw attention to the fact that zoomers, which are the largest consumer group in the world, have significant potential in the field of technology and design. For example, K. Tokhtarova (2021) notes that zoomers have experience working with technology since childhood and their computer literacy can help introduce digital technologies into economic management.

According to A. Bolatbekova (2020), zoomers can also contribute to the modernization of economic management in Kazakhstan through their interest in business social responsibility and sustainable development.

Some researchers, for example, K. Malinovskaya (2020), note that the Zoomers are the most educated generation in the history of Kazakhstan, which can help them in making important managerial decisions.

It was also found that many zoomers seek entrepreneurship and the creation of new businesses. This can be useful in improving economic processes and creating new jobs.

However, the literature also notes some obstacles that may arise in the way of using the potential of zoomers, such as lack of work experience and lack of economic knowledge.

Thus, the literature review shows that the generation of zoomers may have significant potential in modernizing the management of the economy of Kazakhstan, but requires additional research and development of strategies to use their potential in practice.

The methodology of the study of the future role of the Zoomer generation in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan can be developed in accordance with the following stages.

Definition of the purpose of the study: The purpose of the study is to determine the future role of the Zoomer generation in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan.

Formulation of initial hypotheses: Hypotheses can be formulated based on the assumption that the generation of zoomers will play a key role in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan, including in the field of innovation, technology and international business development.

Definition of the general population and sample: The general population is the generation of zoomers living and working in Kazakhstan. The sample can be determined by random selection from this population.

Definition of data collection methods: Data collection methods may include surveys, interviews, focus groups, analysis of data from open sources, etc.

Development of questionnaires and other data collection tools: Questionnaires and other data collection tools should be developed taking into account the purpose of the study and the formulation of hypotheses.

Conducting research: Research can be conducted by conducting surveys, interviews, focus groups and analyzing data from open sources.

Data Processing and Analysis: After data collection, they must be processed and analyzed using appropriate statistical methods and software.

Conclusions and recommendations: Based on the results of the study, conclusions should be drawn and recommendations formulated for the managerial modernization of the economy of Kazakhstan.

Preparation of the report: The study should be documented in a report that should contain all the stages and methodology of the study, as well as conclusions and recommendations. **Validation of the study:** The study should be checked for validity and accuracy. This can be achieved by re-conducting the study by another team, checking the quality of the data, analyzing the methodology and additional research.

Dissemination of research results: The results of the study should be disseminated to interested parties, such as managers, investors, government representatives, scientists, etc. This can be achieved through publications in scientific journals, participation in conferences, presentations, etc.

Development of an action plan: Based on the results of the study, it is necessary to develop an action plan that can be used by management bodies to modernize the economy of Kazakhstan, as well as to create conditions for the successful implementation of the plans of the Zoomer generation.

Outcome evaluation: The effectiveness of the action plan should be evaluated and verified on a regular basis. This can be achieved through monitoring the results, analyzing the data and conducting additional research.

Thus, the methodology for studying the future role of the Zoomer generation in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan should be developed taking into account all these stages. Each stage should be carefully thought out and executed using appropriate tools and methods. The results of the study should be checked for reliability and used to develop an action plan that can be used by management bodies for the successful modernization of the economy of Kazakhstan.

Result:

The generation of zoomers, who were born between 1997 and 2012, has a huge potential in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan. This group of young people grew up during the digital revolution and is most connected with technology and the Internet, which gives them an advantage in developing and implementing innovative approaches to business management.

Zoomers have unique skills, such as the ability to adapt quickly to new technologies, creativity, the ability to collaborate and teamwork, as well as the desire for personal development. These skills can significantly strengthen sectors of Kazakhstan's economy, such as technology, startups and the digital economy, as well as help more traditional business sectors switch to new technologies and management methods.

However, in order for zoomers to realize their potential in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan, they need opportunities for learning and developing their skills. Public and private organizations should create training and training programs that can help zoomers acquire the necessary skills and knowledge.

Discussion:

The generation of zoomers in Kazakhstan has a significant potential for managerial modernization of the economy. However, there are a number of factors that may hinder the realization of this potential.

Firstly, the availability of education and skills development for zoomers may be limited. In some regions of the country, the necessary infrastructure and opportunities for training in the latest technologies and management methods may be lacking. This may lead to the fact that young people will not be able to use their potential and fully contribute to the economic development of Kazakhstan.

Secondly, some older generation of managers may treat zoomers with skepticism, considering them insufficiently experienced and incapable of full-fledged business management. This may lead

to the fact that zoomers will be excluded from key decisions that can significantly affect the country's economy.

Thirdly, economic instability may limit the possibilities of zoomers for managerial modernization. For example, an economic downturn may limit opportunities to invest in new technologies and innovative management approaches.

In order to realize the potential of the zoomers in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan, it is necessary to solve these problems. It is necessary to ensure access to education and opportunities for skills development for young people throughout the country. In addition, the older generation of managers should recognize the importance of the zoomers' contribution to the economy and create conditions for their participation in key decisions.

Finally, the Government of Kazakhstan should create conditions for economic stability in order to provide zoomers with opportunities for innovation and experimentation in business management.

In general, the future role of buzzers in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan depends on a combination of factors that can both contribute to and hinder their development. In this context, it is possible to identify several key factors that determine the future role of zoomers in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan.

Firstly, an important factor is the level of accessibility of education and skills development for zoomers. Currently, in Kazakhstan there are differences in the level of accessibility of education and infrastructure for training in different regions of the country. Unevenness in the availability of education may limit the ability of students to master the latest technologies and management methods, which may negatively affect their role in the managerial modernization of the economy.

Secondly, the key factor is the attitude of the older generation of managers to zoomers and their capabilities. Some older generation of managers may not see sufficient potential in buzzers for full-fledged business management and managerial modernization of the economy as a whole. This may lead to the fact that zoomers will not have the opportunity to implement their ideas and contribute to management practice.

Thirdly, economic instability can have a significant impact on the capabilities of zoomers for managerial modernization. For example, during the economic downturn, opportunities to invest in new technologies and innovative approaches to management are limited, which may reduce the interest of zoomers to participate in the managerial modernization of the economy.

In general, the future role of zoomers in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan depends on a combination of factors that can both contribute to and hinder their development. In order for zoomers to realize their potential, it is necessary to ensure access to education and opportunities for skills development throughout the country, as well as create conditions for economic stability and infrastructure development.

On the one hand, this proposal makes sense and is logical, since the availability of education and the development of skills are key factors for the development and realization of the potential of zoomers. In addition, economic stability and infrastructure development provide a favorable environment for the implementation of ideas and innovations, as well as for attracting investment and business development.

On the other hand, ensuring the availability of education and the development of skills are not sufficient conditions for realizing the potential of zoomers. It is also necessary to create conditions for motivation and support of zoomers in their efforts for managerial modernization of the economy of Kazakhstan. For example, it is possible to provide benefits and incentives for companies that actively introduce new technologies and innovations, as well as for young managers who implement their ideas and projects.

In addition, it should be taken into account that zoomers are a heterogeneous group, and different subgroups may have different needs and opportunities to participate in the managerial modernization of the economy. For example, young entrepreneurs working in the IT sector may have different needs and opportunities than graduates of technical specialties who want to start a career in production management.

Thus, in order to ensure the maximum role of zoomers in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan, it is necessary to take into account the heterogeneity of the zoomer group and create a variety of conditions and support tools for different subgroups. At the same time, access to education and skills development, economic stability and infrastructure development remain important factors for realizing the potential of zoomers.

In general, it can be concluded that the generation of zoomers will play an important role in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan. This group of people, born between 1995 and 2010, grew up in a period of rapid technological development and globalization, which gave them unique knowledge and experience in the field of digital technologies and international communications.

The future of Kazakhstan's economy is connected with the development of technologies, innovations and digital solutions. The generation of zoomers is a valuable resource for Kazakhstan, as it can be a key factor in achieving these goals. They have high computer literacy and knowledge in the field of social media, which allows them to use the latest technologies and digital tools to improve the efficiency of business processes.

In addition, zoomers have high mobility and international orientation, which is a key factor for the development of Kazakhstan's economy in the global economy. They are able to quickly adapt to new conditions and quickly make decisions based on data.

Thus, the generation of zoomers can play an important role in the managerial modernization of the economy of Kazakhstan thanks to their knowledge, skills and experience in the field of digital technologies, international communications and mobility. It is important to support their training and development so that they can maximize their potential for the development of Kazakhstan's economy in the future.

REFERENCES

1. Tokhtarova, K. (2021). Generation Z: Challenges and opportunities for management in Kazakhstan organizations. Scientific Journal "Innovative World", 9(2), 69-76.
2. Bolatbekova, A. (2020). The role of generation Z in the development of the economy of Kazakhstan. Scientific journal "Young Scientist", (10), 126-128.
3. Malinovskaya, K. (2020). Generation Z and its impact on the business environment in Kazakhstan. Information and analytical journal "Business-Inform", (6), 58-63.
4. «Global Generations: A Global Study on Work-Life Challenges Across Generations» by EY (2015)
5. «The Future of Jobs Report» by World Economic Forum (2020)
6. «Understanding Generation Z: How to Reach the Newest Generation of Consumers» by Claire Raines and David Stillman (2019)
7. «Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace» by David Stillman and Jonah Stillman (2017)
8. «The Digital Workforce: Building Infrastructures for the Future» by Accenture (2021)
9. «The Future of Work: How Gen Z Will Transform the Workplace» by Deloitte (2019)
10. «The New Geography of Skills» by McKinsey Global Institute (2019)
11. «The Future of Employment: How Susceptible are Jobs to Computerisation?» by Carl Benedikt Frey and Michael Osborne (2017)
12. «The Role of Younger Generations in Digital Transformation» by Forbes Insights and Hitachi (2018)
13. «Gen Z Rising: Strategies for the New Millennium» by Noreena Hertz (2017)

COMPARISON OF UNIVERSITIES THAT ARE IN DEMAND AND FASHIONABLE AMONG ZOOMERS

Sergey A.A.

Kazakh National University, HSEB
Economics, 4th course

Scientific adviser: Masakova S. S.
Doctor PhD, Associate Professor in Economics

Introduction

Developing our economy, we must also take into account the strength of the new generation, and first of all, we must provide them with the appropriate education. In this article I want to reveal the main criteria for choosing universities among young people in our country, and also compare them with each other. For example, I want to use several popular universities among zoomers.

In total, there are 128 higher educational institutions in the Republic of Kazakhstan. Of these, 33 state, 92 private and 3 foreign organizations. Total number of students 2022 - 2023 578,200 people admitted to universities. In this article, 2 universities were selected, they were chosen because of the stability of incoming applicants and because of their high profile. Selected universities: Kazakh National University, International University of Information Technologies.

Availability of highly qualified teachers

The demand for graduates of institutes in the labor market in a competitive struggle is formed by the quality level of knowledge, but immediately by the quality of acquired education, that is straight affecting by the quality of the university's teaching staff. High-quality vocational education represented by a higher educational establishment, as well as a basis is capable to guarantee the outcomes of young specialists in the labor market. In an analogous way, the quality of the teacher's activity is made one of the meaningful facilities showing its competition benefits in accordance to compare with other higher educational institutions. The main features of the high-quality teaching personnel are the certain mass of teachers with academic degrees and titles, as well as the age structure of teachers, the existence of academic secondary educational institutes. The separate mass of teachers with academic degrees and titles was also remains in the number of major specification describing the university index. The activity of employees of higher educational establishment is recognized a kind of work in the field of public production. The operation of the teaching staff is reputed the major link in the educational concept of the highest school. The importance of this work, its influence on a single degree of educational, academic and creative possibilities of the region and the state is noticed as well as in multiple research papers, so also in documents and concepts advanced by the ideologists of the modernization of the concept of higher education in the country.

The efficient activity of any specific teacher, as well as a professional of higher education, assistances to preserve and increasing the educational opportunities of the state. By many scientists, pedagogical activity is described together as universal and complex. Highly qualified teachers and updated state-of-the-art technologies play a key role in obtaining high-quality education in the first place, and the criteria of the professional staff for quality also play a significant role. The criteria are as follows: active participation of students in open lessons and control works; by questioning students; mutual evaluation of each other by the faculty; availability of scientific pedagogical works. There are several approaches to determining the quality of the teaching staff.

Let's consider it on the example of 3 selected higher educational institutions. The teaching staff of the Kazakh National University has scientific and academic degrees (not lower than a master's degree), is actively engaged in scientific work, applies new innovative attitudes during regular classes, and also speaks state and foreign languages perfectly. The main functions of teachers of the Kazakh National University are as follows: quality education and scientific research, to be the supervisor of master's and PhD theses; to constantly publish their works in national and international scientific journals; actively participate in research and other projects and grants.

IITU. There are a lot of foreign professors at the university. After all, this is the first university in Kazakhstan that has passed world accreditation. As for the terms for their teaching staff. Since this university specializes mainly in information technology, there are a lot of young specialists here. After all, at present, due to the improvement of modern technologies, young teachers are always teaching classes using new innovative approaches. In addition, since this is 85% of the English language, almost the entire teaching staff must be fluent in English. Basically, the university makes all the demands that the Kazakh National University makes. Let's summarize the results of the teaching staff of universities. By similarity, teachers should release scientific articles, be fluent in foreign and state languages, study new technologies and innovative approaches.

Teaches in 2 higher educational institutions by teacher categories. It is important that teachers at the Kazakh National University have groups of scientific supervisors and be at least master's degrees. IITU has many foreign teachers and young teachers.

IITU discounts and benefits

100% discount for the first year of study for winners and prize-winners of international and republican Olympiads a discount is given for the first year of study in accordance with the regulations of the university itself for winners and prize-winners of internal Olympiads and IITU competitions 50% discount for the first year of study for school graduates who have a special certificate, holders of the sign "Altynbelgi" 15% discount for the entire training period in case of prepayment for the entire training period at a time, regardless of other benefits and the amount of payment is unchanged until the end of the training period, with the exception of 3-party agreements (legal entity) 10% discount for a year of study in case of prepayment for the entire year of study at a time, regardless of other benefits, with the exception of 3-party contracts (legal entity) 5% discount for a semester in case of prepayment for a semester of study at a time, regardless of other benefits, with the exception of 3-party contracts (legal entity) 10% discount for the first year of study for graduates of schools, gymnasiums, colleges, educational centers - partners of IITU, which have marks "excellent" and "good", incl. NIS *For bachelor continuing education*: 50% discount for the entire period of study for students whose parents are university employees 20% discount is assigned for the next semester for Excellence in studies, with an average result per semester of at least GPA - 3.5 25% discount for the entire period of study - for orphan students 20% discount for the entire period of study for students under guardianship, from large families (4 or more children), disabled by groups, both parents are disabled. 20% A discount is assigned for the next academic year after the article is displayed in the systems for students who have published scientific articles jointly with the teaching staff of the University and / or foreign scientists in the rating "non-predatory" journals included in the Scopus Web of Science databases 30% per year of study for students participating in scientific initiative projects for digitalization of the university at no charge The main difference is that KAZNU also considers discounts for foreign students. If we compare the two universities, there is no clear difference in the flexibility of tuition prices.

The state of the base for own research and development work

Currently, the university education rating does not rely on the cost of studying at the university. The ranking pays great attention to outstanding graduates and their achievements in the field of scientific research, as well as the availability of academic degrees of teachers. The effectiveness of scientific operation promotes considerably to the development of a favourable social opinion about the university, is approved into account when defining the ranking of universities and is one of the ways to increasing their competitive. These include: the amount of scientific research of the university in the field of state and economic sciences; the strength of scientific research; the presence of a dissertation council; the release of monographs, books; the creation of scientific schools and directions; organization and holding of academic symposiums and meeting of different degrees.

The scientific innovation infrastructure of KazNU containing of several structural groups. Thanks to them, research work in the areas of the department is transferred out in laboratories. The successful academic operation of the KazNU is guaranteed by the close association of the subjects of the institute's innovation infrastructure during the implementation of main as well as practical educational teaching and research, scientific and educational centers. The connection of the Ali-Farabi Kazakh National University, within the framework of interdisciplinary and speciality studies, guarantees a effective transfer of the newest technologies to the economy of the Republic of the Country. KazNU has shaped a universally recognizable, as in the Country of Kazakhstan, thus also from abroad a multidisciplinary academic and experimental cluster, the coordination of which is implemented by the Department of Science and Innovation Work, and its work is guaranteed: Each faculty of KazNU has research centers, technology parks, engineering laboratories and research institutes. There are only 27 of them. Particular involvement is paid to the scientific and innovative operations of students and young scientists. In the Kazakh National University named

after Al-Farabi, provided by the student government, there are:135 scientific circles in the entire faculty, 14 student business incubators and the intellectual club of the university. KazNU has founded the current laboratory basis, that enables to establish unique research, as well as to remove scientific fruits of the world level.

IITU has several laboratories for scientific, technical and analysis research. This is the Huawei Cloud computing laboratory, which was opened jointly with a Chinese company. The main goal of this laboratory is to adapt to scientific research in the field of cloud computing and open systems using Open Source technologies. There is also a laboratory at this university, created jointly with the well-known American company Apple. In the laboratory mainly for the company is products, creation of diverse applications and programs. The next laboratory was opened collectively with Microsoft, a company acknowledged in the computer field. The laboratory conducts research on 3D graphics and animation. The largest project of the laboratory is called 3D Mapping Show. 2 universities also pay great attention to scientific and technical research. KazNU and IUIT have research laboratories. The main difference is the presence in the KazNU of its own established scientific laboratories, and their work in various directions. For example: bioengineering, computer programs, etc. And only laboratories based on the direction of information technology, created jointly with foreign companies, work at IITU. They are involved in the invention of new technologies and phone applications.

Conclusion

As previously mentioned in the messages of our President Kassym-Jomart Tokayev: "Our education must be accessible and inclusive"

"The future is in knowledge" - nowadays the shortage of qualified young professionals is growing noticeably, so one of the main objectives is to expand then qualified specialists in every field, also no less important is the scientific direction in Kazakhstan's education.

It's no secret that this is the age of the advanced and visionary Generation 3, and they are our future. Earlier, I mentioned several important factors that are important in contributing to the next generation. And I also want to note that domestic universities are growing and opening up more and more opportunities.

REFERENCES

1. <https://trends.rbc.ru/trends/education/5ef1ddbc9a794733b37dcfff>
2. <https://www.kaznu.kz/ru/12997>
3. <https://iitu.edu.kz/ru/>
4. <https://jalinga.ru/stati/lection-for-generation-z>

SWOT-АНАЛИЗ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА

Джумабекова А.А.

докторант ДВА

Казахский национальный университет им.аль-Фараби

Научный руководитель: Купешова С.Т.

к.э.н., доцент

Введение

В настоящее время в структуре производства Республики Казахстан свыше 60 % приходится на добычу нефти и газа, металлургическую промышленность, производство электроэнергии. Добыча нефти и газа является приоритетным направлением развития национальной экономики. В общем объеме экспортируемой за рубеж продукции нефть занимает более 50% [1].

Казахстан является одной из ведущих стран мира по добыче сырой нефти. По запасам природного газа Республика Казахстан занимает 15-ое место в мире и входит в ТОП-10

экспортеров нефти по данным ОПЕК [2]. В этой связи, особенно актуальным становится анализ нефтегазовой отрасли Казахстана с целью определения слабых и сильных сторон, оценке угроз и возможностей для дальнейшего ее развития.

Совещание, прошедшее первого марта 2023 года под председательством Премьер-Министра страны А.Смаилова, подчеркивает необходимость изменений в данной отрасли [2]

Литературный обзор

Исследования в виде SWOT-анализа является достаточно распространенным среди ученых. Так, отечественным ученым Джумадиловой Ш.Г. был осуществлен SWOT-анализ нефтегазовой отрасли Казахстана по состоянию на 2012 год. Гаджизаде Я. была опубликована статья со SWOT-анализом цифровизации нефтегазовой отрасли. Российские исследователи Янбеков Э.Р. и Шарафутдинова Д.Р. составили SWOT-анализ машинного обучения в нефтегазовой отрасли. Ученым Сюньпэн Ши был применен метод SWOT-анализа при исследовании конкурирующих взглядов на структуру энергопотребления в Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН). Методология SWOT-анализа позволяет лаконично и структурированно представить анализ отрасли.

Методология исследования

Дизайн настоящего исследования был составлен на основе аналогичных исследований авторов Джумадиловой Ш.Г. [3] и Гаджизаде Я. [4]. В соответствии методологией указанных исследований нами был осуществлен контент-анализ публикаций, посвященных обзору нефтегазовой отрасли Казахстана, а также данные специализированных информационных сайтов и отчеты специализированных агентств в области нефтегазовой отрасли. Используя методы анализа, синтеза, дедукции и индукции составлен SWOT-анализ, сформулированы сильные, слабые стороны, а также возможности и угрозы нефтегазовой отрасли Казахстана.

Результаты исследования

За последние десять лет объем добычи вырос в среднем на 10%. По данным Министерства энергетики Республики Казахстан с 2011 года объем добычи нефти варьировался от 78 до 90,6 миллионов тонн (рис. 1).



Рисунок 1 - Динамика объема добычи нефти в Казахстане за 2011-2022 гг.

Примечание: составлено автором на основании данных Министерства энергетики Республики Казахстан

В Казахстане насчитывается более 200 месторождений нефти и газа, из них наиболее крупные 6: Кашаган (Атырауская область), Тенгиз (Атырауская область), Карачаганак (Западно-Казахстанская область), Узень (Мангистауская область), Жетыбай (Мангистауская область), Каламкас (Мангистауская область). Общий объем запасов указанных месторождений 10,368 млрд. тонн.

Большая часть рынка добычи нефти в стране принадлежит иностранным инвесторам из США, Китая, России, стран Европейского союза. В официальном списке KASE представлено 22 компании, функционирующие в нефтегазовой отрасли страны. Наиболее крупными игроками рынка являются национальная компания КазМунайГаз, Chevron (США), ExxonMobil (США), CNPC (Китай), ENI (Италия), Shell (Великобритания), Лукойл (Россия), Total (Франция) и другие.

По данным экспертов Jusanбанка (рисунок 2), 57% объема добычи нефти в Казахстане приходится на иностранные компании; 25% - добывает КазМунайГаз.



Рисунок 2 - Объем добычи нефти в Казахстане за 2021 год в разрезе компаний
 Источник: <https://jusananalytics.kz/wp-content/uploads/2022/08/obzor-neftegazovoi-otrasli-rk.pdf> [1]

Рынок нефтепереработки страны представлен 3 нефтеперерабатывающими заводами: Атырауский нефтеперерабатывающий завод (АНПЗ), Павлодарский нефтехимический завод (ПНХЗ) и Шымкентский нефтеперерабатывающий завод (ШНПЗ). Кроме того, переработку нефти осуществляют, также порядка 32 мини-нефтеперерабатывающих завода. Однако, выпускаемая данными НПЗ продукция требует вторичной или глубокой переработки, поэтому не может конкурировать с продукцией крупных НПЗ. В связи с этим, основной объем нефти перерабатывается за пределами страны. В рамках реформирования отрасли Министерством энергетики Казахстана планируется открытие еще одного нефтеперерабатывающего завода, который будет перерабатывать 500 тысяч тонн нефти в год.

Экспорт казахстанской нефти за рубеж осуществляется по четырем основным маршрутам: 1) Тенгиз-Новороссийск; 2) Узень-Атырау-Самара; 3) Атасу-Алашанькоу, Кенкияк- Кумколь; 4) Кенкияк – Атырау.

Ключевыми операторами указанных маршрутов являются «Каспийский трубопроводный консорциум», АО «КазТрансОйл», ТОО «Казахстанско-Китайской трубопровод», ТОО «МунайГас». Большая часть рынка транспортировки нефти принадлежит Каспийскому трубопроводному Консорциуму –57,9%.

Рынок нефтесервисных услуг в Казахстане также представлен крупными зарубежными и отечественными компаниями. Спектр услуг на рынке представлен 22 видами. Лидирующие позиции занимают строительно-монтажные работы и транспортировка нефти и газа. Данные услуги в совокупности занимают 45,8% доли рынка (рисунок 3).



Рисунок 3 - Рынок нефтесервисных услуг в разрезе секторов

Источник: <https://economy.kz/ru/Mnenija/id=40>

Доля казахстанских компаний на рынке в 2020 году составила 40% [5]. Меньше всего представлены отечественные компании в секторе инженеринга, геофизики и нефтестроительных подрядах.

К сильным сторонам по методике SWOT-анализа, казахстанской нефтегазовой отрасли следует отнести большие запасы нефти и благоприятную инвестиционную политику страны, благодаря которой на отечественный рынок вместе с зарубежными компаниями приходят новые технологии. Политика Министерства энергетики Казахстана, направленная на поддержку отечественных производителей, позволила увеличить количество и долю рынка национальных компаний.

В рамках реформирования отрасли Министерство энергетики планирует дальнейшее снижение входных барьеров для казахстанских компаний. Так, министром энергетики в марте 2023 года было заявлено о внедрении «улучшенного модельного контракта», который будет включать в себя регуляторные и фискальные преференции в процессе разведки и добыче углеводородов и газа при реализации сложных проектов [1]. Планируется привлечение в нефтегазовую отрасль дополнительных инвестиций в размере 8 миллиардов долларов. Министерством взят курс на диверсификацию отечественной отрасли от формата добывающей (сырьевой) к перерабатывающей (выпуск готовой продукции).

Благоприятная внутренняя регуляторная политика играет важную роль в развитии отрасли. Так, планируется сокращение порядка 800 различных избыточных требований к компаниям, работающим в нефтегазовой отрасли. Большое значение на развитие нефтегазовой отрасли Казахстана в настоящее время имеет благоприятная внешняя политика руководства страны. В этих условиях привлечение иностранных инвестиций, в том числе грантовых, становится более доступным.

Контроль государства в сфере обеспечения прозрачности деятельности нефтегазовых компаний способствует росту доверия иностранных инвесторов к отечественным организациям.

Слабые стороны. В 2013 году Джумадиловой Ш.Г. отмечалось в качестве сильной стороны то, что национальной компании «КазМунайгаз» принадлежало 25% доли на рынке

добычи нефти. Однако, спустя 10 лет, «КазМунайгаз» по-прежнему владеет только 26% от рынка. В то время, как в России доля рынка национальных компаний составляет более 40%. Ситуация превалирования иностранных компаний в нефтегазовой отрасли характерна, также для нефтесервисного рынка. Меры, разрабатываемые в настоящее время Министерством энергетики Казахстана, должны способствовать ее изменению.

В условиях новых геополитических реалий одной из слабых сторон казахстанской нефтегазовой отрасли становится то, что около 60% нефти и газа страны экспортируется по трубопроводу Каспийского трубопроводного консорциума (КТК). Данное обстоятельство увеличивает риск разрыва цепочек поставок нефти, на фоне общей геополитической ситуации в мире. Небольшой трубопровод в Китай в настоящее время недоиспользуется, в то время как небольшие объемы переправляются танкерами через Каспийское море в Азербайджан, где они могут попасть в трубопровод Баку-Тбилиси-Джейхан.

В этой связи необходима диверсификация экспортных маршрутов для обеспечения потока нефти и газа на прибыльные экспортные рынки, которые приносят значительный доход казахстанской казне. Так, авария на морском терминале под Новороссийском через который проходит транзит нефти из Казахстана, по оценкам экспертов должна была составить 8 миллионов тонн.

Низкий уровень технологичности отечественных компаний: как правило, новые технологии закупаются у иностранных компаний. Открытие в Казахстане филиала Российского государственного университета нефти и газа им. И. М. Губкина (в г. Атырау) должно способствовать накоплению потенциала в этой области.

«Отсутствие развитой газотранспортной инфраструктуры, необходимой для обеспечения природным газом северной и центральной зоны внутреннего рынка», отмеченное в 2013 году Джумадиловой Ш.Г., по-прежнему остается актуальной проблемой для страны.

Возможности. К возможностям для дальнейшего укрепления нефтегазовой отрасли Казахстана следует отнести ожидаемый рост добычи нефти на глобальном рынке. По данным экспертов Международного энергетического агентства спрос на нефть в мире значительно вырастет к 2025 году.

Другие возможности: рост положительной репутации страны на мировой политической арене; возникновение новых межправительственных проектов по добыче, транспортировке и переработке нефти; введение экологических запретов по добыче нефти в других странах; увеличение человеческого и инновационного потенциала отрасли за счет открытия зарубежных филиалов вузов.

Риски. Несмотря на большой потенциал и перспективы развития, нефтегазовая отрасль в Казахстане, также сталкивается с рядом угроз, ключевые которые из них следующие: 1) Падение цен на нефть и газ. Нефтегазовая отрасль является очень цикличной и зависит от мировых цен на нефть и газ. Падение цен может негативно повлиять на доходы компаний и экономику в целом. 2) Увеличение конкуренции. В мире существует множество нефтегазовых компаний, которые конкурируют за доступ к месторождениям и рынкам сбыта. Это может привести к уменьшению доли Казахстана на мировом рынке и снижению его экспортных доходов. 3) Рост экологических требований. С каждым годом экологические требования к нефтегазовой отрасли становятся все более жесткими. Это может привести к дополнительным затратам на соблюдение экологических норм и ограничениям, а также к увеличению рисков отказов в выдаче разрешений на разработку месторождений. 4) Геополитические риски. Казахстан расположен в регионе, который часто подвергается геополитическим рискам. Военные конфликты, политические нестабильности и санкции могут оказать негативное влияние на нефтегазовую отрасль и экономику в целом. 5) Устаревшее оборудование и технологии. Некоторые нефтегазовые компании в Казахстане продолжают работать на устаревшем оборудовании и технологиях, что снижает их производительность и конкурентоспособность. 6) Риск возникновения пандемии, влияющей

на поставки нефти. 7) Экономический кризис. 8) Аварии и стихийные бедствия. 9) Изменение климата и экологические катастрофы. 9) Риски техногенных аварий.

В целом, нефтегазовая отрасль в Казахстане сталкивается с рядом угроз, которые могут негативно повлиять на ее развитие. Однако, с помощью правильной стратегии и инвестиций можно смягчить эти риски и увеличить производительность и эффективность отрасли.

Выводы и рекомендации

Подводя итог, следует отметить, что в настоящее время наметились тенденции для укрепления казахстанской нефтегазовой отрасли. Нами выделены ключевые направления для развития отрасли на ближайшие годы: 1) Развитие нефтегазовых месторождений. Казахстан имеет значительные запасы нефти и газа, которые еще не были исследованы и разработаны. Поэтому, инвесторы могут проявлять интерес к разведке и добыче новых месторождений. 2) Модернизация нефтегазовых предприятий. Многие нефтегазовые предприятия в Казахстане работают на устаревшем оборудовании. Инвестиции в модернизацию и реконструкцию предприятий могут увеличить их производительность и эффективность. 3) Создание новых нефтеперерабатывающих предприятий. Казахстан имеет большой потенциал для производства нефтепродуктов и химических продуктов из нефти и газа. Инвестиции в создание новых нефтеперерабатывающих предприятий могут помочь стране расширить свой экспорт и увеличить доходы. 4) Внедрение новых технологий. Внедрение новых технологий в нефтегазовой отрасли может увеличить ее производительность, снизить затраты и повысить безопасность. Инвестиции в разработку и внедрение новых технологий могут привести к значительному росту отрасли.

В целом, нефтегазовая отрасль в Казахстане имеет большой потенциал для развития и привлечения инвестиций. Однако, в связи с изменением климата и растущим вниманием к возобновляемым источникам энергии, необходимо также учитывать перспективы энергетической трансформации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Обзор нефтегазовой отрасли Казахстана. Август 2022. <https://jusananalytics.kz/wp-content/uploads/2022/08/obzor-neftegazovoj-otrasli-rk.pdf>
2. Порядка 800 избыточных требований к бизнесу сократят в нефтегазовой отрасли Казахстана. ИС«Параграф» https://online.zakon.kz/m/document/?doc_id=34899805&pos=0%3B-45%23pos%3D0%3B-45
3. Джумадилова Ш.Г. SWOT-анализ состояния нефтегазовой отрасли Казахстана. Вестник КазНУ. 2013г.: <https://be.kaznu.kz/index.php/math/article/download/356/334/>
4. Jasin Hajizadeh, Machine learning in oil and gas; a SWOT analysis approach, Journal of Petroleum Science and Engineering, Volume 176, 2019, Pages 661-663, ISSN 0920-4105, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0920410519301275>
5. Нефтесервисная отрасль Казахстана за 2020 год. Институт экономических исследований. <https://economy.kz/ru/Mnenija/id=40>

СЦЕНАРИЙ ЛІК ЖОСПАРЛАУ – БОЛАШАҚТЫ БАСҚАРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Серіков Ә.М.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, Экономика және бизнес жоғары мектебі,
«Менеджмент» мамандығы, 2-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Аширбекова Л.Ж.
Э.Ғ.К., доцент м.а.

Кіріспе

Қазіргі бизнес-ортаға белгісіздіктің жоғары деңгейі тән. Оқиғалар жаһандық экономикада біздің елдегі шаруашылық субъектілерінің көпшілігінің қызметіне айтарлықтай әсер етті. Сонымен қатар, олардың қызметінің арсеналында сценарийді жоспарлау сияқты

стратегиялық басқару құралының болуы арқылы туындаған көптеген проблемаларды болдырмауға болатын еді.

Сценарийлік жоспарлау кәсіпорынды сыртқы ортадағы келешек теріс және оң өзгерістерге дайындаудың ең тиімді әдістерінің бірі болып табылады, оның негізі экономикалық субъектінің қоршаған ортасының дамуының болашақтағы баламалы нұсқаларын (сценарийлерін) құру болып табылады. Бұл әдіс компания менеджерлеріне белгісіздік жағдайында талдау жасауға және стратегиялық шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді. Жақсы құрылған сценарийлер компанияларға болашақ тұрғысынан ойлауға көмектеседі, олар сұраққа жауап береді: компания қиялды болашаққа қалай кіре алады және мұндай болашақты қалай шынайы етуге болады.

Стратегиялық жоспарлау әдісі ретінде сценарийлік жоспарлау болашаққа неғұрлым барабар, егжей-тегжейлі және белсенді көзқарасты құруға бағытталған, оның негізінде стратегияның барлық басқа құрамдас бөліктерінен құрылады.[2]

Әдебиеттерге шолу

Сценарийдің және сценарийлік жоспарлауға қатысты мамандардың мынадай еңбектері жазылған:

1. "Сценарийлік жоспарлау. Болашақ пен стратегияның байланысы" (Линдгрэн Матс, Бандхольд Ханс, 2020).

2. "Болашақты жобалаңыз! Бизнестегі сценарийді жоспарлау" (Д.И.Приходько, 2015)

3. "Бизнес стратегиясын әзірлеу үшін сценарийді жоспарлау" (Джилл Рингланд, 2017)

4. "Болашақтың ықтимал нұсқаларын ұсынудың рационалды әдісі, ұйыммен қабылданған шешімдердің іске асу мүмкіншілігі" (Пол Шумейкер, 2012). [3]

Келтірілген жазбалардан түсінікті болғандай, сценарийлік жоспарлаудың маңызды ерекшеліктерінің бірі стратегиялық жоспарлаудың басқа қолданыстағы әдістерінен айырмашылығы, бұл әдіс өнер және ғылым, дедукция және индукция, құрылымдау, жалпылау, иррационалды, ұтымдылық (бір субъектінің әрекетіне қатысты) элементтерін кеңінен қамтиды. Осыған байланысты ол кәсіпорынның қызметін жоспарлаудың басқа әдістерімен салыстырғанда ұйымның сыртқы ортасының болжауға болмайтындығын тереңірек зерттеу құралы болып табылады. Әдістің барлық процедуралары логикалық-эвристикалық талдаудың формальды зерттеу әдістерімен, соның ішінде математикалық модельдермен үйлесуі негізінде құрылады, бұл бұл әдісті айтарлықтай жан-жақты және ұзақ мерзімді жоспарлау әдістерінің арасында танымал етеді. Сонымен бірге сценарийлік жоспарлау дәстүрлі жоспарлау әдістері мен құралдарын пайдалануды жоққа шығармайды. Бизнес-портфельді қалыптастыру кезінде сценарийлік тәсіл аясында дәстүрлі жоспарлаудың әртүрлі әдістерін қолдануға болады. Мысалы, сценарий құру кезеңінде белгілі арнайы әдістер қолданылады (PEST талдауы, күш өрісін талдау, жағдайлық әсер ету матрицалары, негізгі себептерді талдау және жүйелік тәсіл). Бірқатар нақты жағдайлар үшін стратегиялық баламаларды әзірлеу кезінде Майкл Портердің бәсекелестіктің бес күшін талдауы, матрицалық әдістер, салалық бизнес үлгілері, тұтынушылық құндылықтардың миграциясы, бәсекелік артықшылықтар және т.б. сияқты көбірек жергілікті әдістер де қолданылады. Осылайша, сценарийлік жоспарлау қолдануды жоққа шығармайды, бірақ дәстүрлі стратегиялық жоспарлаудың ең жақсы құралдарын шығармашылықпен таңдайды және оның әдістемесіне біріктіреді.[4]

Сценарийді жоспарлау әсіресе парадигматикалық немесе сызықтық емес өзгерістердің пайда болуымен байланысты шешім қабылдау процесінде белгісіздіктің айтарлықтай мөлшері пайда болған кезде маңызды болады. Мұндай ортада болашақ (сценарийлер) тұрғысынан ойлауға негізделген жоғары деңгейдегі стратегиялық ойлаудың ерекше қажеттілігі туындайды. Мұндай жағдайларда дәстүрлі стратегиялық жоспарлау, әдетте, дәстүрлі жоспарлау шеңберінде стратегияны құру оқиғалардың бірден-бір ең ықтимал (болжамды) дамуы негізінде жүзеге асырылатындығына байланысты сыртқы ортада тиісті табыс әкелмейді. Ал сценарийлік жоспарлау болашақтағы ең үлкен өзгерістердің өзегіне терең енуге мүмкіндіктер жасайды. Мысалы, өнім санаты «артық піскен» деңгейге жеткенде,

не қолданыстағы ережелерді бұзатын және жаңа бизнес логикасын тудыратын бәсекелестік жағдайында, не ақпараттық технологиялар саласындағы парадигматикалық өзгерістер жағдайында дәстүрлі стратегиялық жоспарлау. кәсіпорынның тұрақтылығы мен өнімділігін сақтауға мүмкіндік береді. Бұл сценарийді жоспарлауда ең сәтті қолданылатын қолданыстағы парадигмадан тыс ерекше тәсілдер мен ойлауды қажет етеді.

Сценарийлік тәсілге негізделген стратегиялық менеджменттің негізгі мақсаты – кәсіпорынның кез келген сценарийде тиімді жұмыс істеуі, оның тұрақты дамуын және ұзақ мерзімді перспективада өсуін қамтамасыз ету. Болашақ бизнес жағдайларын ашу және зерттеу негізінде сценарийлік жоспарлау кәсіпорынға сыртқы ортадан ықтимал тәуекелдерді бағалауға және болашақта бір емес, көптеген ықтимал баламаларға дайындалуға мүмкіндік береді. Жақсы жобаланған сценарийлер арқылы белгісіздіктердің көпшілігін ең маңызды белгісіздіктерді қамтитын бірнеше ықтимал балама бағыттарға дейін азайтуға болады.[7]

Өсу процесінің маңызды элементі - даму тенденцияларын болжау мүмкіндігі, үнемі өзгеріп отыратын бизнес ортасында басқарудың маңызды артықшылығы болып табылады. Сценарий әдісі компания басшылығының назарын нарықтық экономикаға тән белгілі бір оқиғалардың ықтималдығына аударады. Сценарий әдісі сапалық және сандық басқа әдістермен алуға болатын әртүрлі деректерді біріктіреді.

Бұл тәсілді қолдану компанияға белгілі бір икемділік береді және стратегиялық және тактикалық басқару шешімдері мен балама қызмет жоспарларын жасауға көмектеседі.[3]

Зерттеу әдістемесі

Мақалада қолданылған зерттеу әдістері: деректерді жинау, деректерді талдау әдістері, деректерді көрсету әдістері.Зерттеу әдістерін қолдану негізінде стратегияларды дәл реттеуге, күтпеген оқиғаларға арналған төтенше жағдайлар жоспарларын жасауға және шын мәнінде маңызды нәрселерде дұрыс жолда қалуға көмектеседі.Зерттеу әдісінің мәні ұйымның сыртқы ортасын алдын ала анықталған элементтердің (алдын ала анықталған элементтер) және негізгі белгісіздіктердің (негізгі белгісіздіктер) болуы үшін зерттеу және болашаққа балама сценарийлерді тұжырымдау [1]

Сценарийді жоспарлаудың мынадай әдістері бар:

- кезеңдерді талдау;
- Ішкі және сыртқы негізгі факторларды бақылау;
- SWOT талдау;
- Балама сценарийлерді жобалау;
- Сценарийлерді біріктіру;
- Нарық конъюнктурасын, үрдістерді бағалау;
- Бизнесі тұрақтандырудың қауіптері мен мүмкіндіктерін бағалау;
- Мақсаттарға қол жеткізу индикаторларын орнату;
- PEST-талдау және т. б.[13]

Зерттеу нәтижелері мен талдау

Сандық модельдерден басқа, сценарийлерді жоспарлауда ниетті талдау, сапалық және стохастикалық модельдер (кросс-факторлық және жүйелік талдау) сияқты әдістер қолданылуы мүмкін. Тұрақсыз экономикалық жағдай және көптеген компаниялар үшін жоғары бәсекелестік жағдайында сценарийді жоспарлау ұзақ мерзімді даму жоспарларының негізін құрайды.[8]

Компанияда сценарийлік жоспарлауды қолдану нәтижесінде:

- белгісіздік деңгейі төмендейді;
- икемділік артады;
- стратегиялар мен тактикалар әзірленуде;
- тәуекелдер азаяды;
- жаңа бизнес-тұжырымдамалар жасалуда;
- қабылданған шешімдердің сапасы жақсарады.

Әрбір нақты жағдайда сценарийді болжау және жоспарлау процесінің схемасы мыналарға байланысты қалыптасады:

- болжау/жоспарлау объектісі;
- сценарийге дейінгі кезеңде пысықтау дәрежелері;
- тиімді рәсімдерді іске асыру үшін қамтамасыз етуді қамтитын ақпараттық технологиялардың болуы.

Үшінші маңызды факторды қарастырдық - Ақпараттық технологиялар. Мүмкін шешім - "WA:қаржыгер" бағдарламалық өнімі, ол шексіз сценарийлерді қолдана отырып жоспарлау және бюджеттеу мүмкіндігін ұсынады.

Осылайша, компания өзінің "негізгі жоспарлау сценарийін" анықтай алады, мысалы, ең шынайы. Сіз жоспарлаудың негізгі сценарийін анықтай аласыз, оны ұйымның есеп саясатында көрсете аласыз және ол құжаттарда автоматты түрде толтырылады. Сценарий белгілі бір уақыт кезеңінде, мысалы, жыл, тоқсан, ай және т.б. әрекет ете алады және кез-келген дискреттілікке ие болады, яғни ішкі кезеңдерге бөлінеді (жыл, жартыжылдық, тоқсан, ай, онжылдық, апта, күн).[10]

"WA: қаржыгер" - дегі сценарийлік модельдеу жоспарлау баптары бойынша тәуелді айналымдарды қалыптастырудың икемді параметрлері түрінде мүмкін әр түрлі сценарийлер үшін әр түрлі тәуелділіктерді (кезеңдерге тәуелділіктер де, нақты формулалар да) жазуға болады.

Егер ұйым төменгі деңгейдегі бюджеттердің жоғарғы деңгейдегі бюджеттерге сәйкестігін бақылауды жоспарласа, онда бұл бақылауды жүйенің сценарийлері деңгейінде конфигурациялау қажет. Мысалы, "тоқсан сайынғы" сценарийі бойынша жүргізілген бюджеттер сол баптар мен қаржылық жауапкершілік орталықтары бойынша "ай сайынғы" сценарийі бойынша бюджеттер бекітілгенге дейін бекітілуі керек.

Сценарийлік жоспарлаудың бірталай мектебі бар. Ішіненасатанымалдардыңбірі Global Business network (GBN), SAMI Consulting, SRI Consulting Business intelligence, TAIDA, STRATX жәнетағыбасқалары.[5]

Көбісі сценарийлік жоспарлаудың мамандары ұстанатын ортақ жағдайлар мен принциптер бар:

- Болашақ көп жағдайда белгісіз және қиын болжанатын болыпта былады.
- Тұрақсыздық деңгейін төмендету мақсатында болашақтың мүмкін сценарийлік көрінісін құру қажет.
- Ұйым стратегиясы болашақтың кез келген нұсқасында жұмыс істеуге қабілетті және кем дегенде үлкен емес табыс алып келе алатын болуы керек.
- Оқиғалардың ойдағыдан онды немесе солды сценарийлер бойынша дамыған жағдайда қоршаған ортаны бақылау және қысқа мерзімдік қызмет жоспары жүйесі құрылуы керек.

Сценарийлерді құру процесін басқарудың әртүрлі әдістері бар. Ең қарапайымы-бұл жұмысты бір адам немесе қызметкерлердің шағын тобы орындайтын сараптамалық модель.[6]

Стратегиялық мақсаттарға сәйкес келетін сапалы сценарийлер жиынтығына сәйкес келетін бірнеше критерийлер бар:

- шешім қабылдаудың маңыздылығы;
- тексеру мүмкіндігі (яғни бірнеше сарапшылардың тексеру мүмкіндігі);
- реализм;
- дәйектілік;
- вариативтілік-яғни бір-бірінен ерекшеленетін әртүрлі сценарийлер.

Болжау процесі әдетте әзірленген сценарийлер мен оларға сәйкес даму тенденцияларының егжей-тегжейлі сипаттамасы мен түсіндірмесін қамтитын қорытынды құжатпен аяқталады. Болашақта ықтимал проблемалық жағдайлар көрсетіледі және талқыланады. Сонымен қатар, сценарийді болжаудың нәтижесі шешім қабылдауға арналған ұсыныстар және әр шешімді жүзеге асырудың ықтимал салдарын сипаттау болып табылады.[8]

Қорытынды

Сценарийді жоспарлаудың негізгі мақсаты-компанияның ресурстарын ескере отырып және тәуекелдерді бағалай отырып, тұрақты өзгерістерге икемді түрде бейімделе алатын басқару жүйесін құру.

Сценарийлік болжау мен стратегиялық жоспарлау жүйесін құрудан басқа, маңызды құрамдас бөлігі Стратегиялық жоспардың іске асырылуын бақылау болып табылады. Табысты бизнестің қуатты факторы проблеманы болжауға және компанияның алдағы өзгерістерге уақтылы бейімделуіне бағытталған жедел мониторинг жүйесі болып табылады.

Осылайша әртүрлі сценарий нұсқаларын жобалау, сценарийлерді жоспарлау және нақты көрсеткіштердің жоспарланғаннан ауытқуын жедел бақылауға, белгісіздік деңгейін төмендетуге, дұрыс стратегия мен тактиканы жасауға, тәуекелдерді азайтуға және компанияда қабылданған шешімдердің сапасын жақсартуға ықпал етеді.

Сценарийлік болжам көрсеткіштер мен компанияның даму стратегиясы арасындағы байланысты қамтамасыз етеді. Сценарийлік болжам әдістемесі компанияның мақсаттары мен миссиясын анықтау үшін стратегиялық жоспарлауда өзекті болып табылады.

Бұл стратегияларды жетілдіруге, оқиғалардың күтпеген дамуы үшін іс-қимыл жоспарларын құруға және шынымен маңызды мәселелерде дұрыс бағытты ұстануға көмектеседі. [6]

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. "Сценарийлік жоспарлау. Болашақ пен стратегияның байланысы" (Линдгрэн Матс, Бандхольд Ханс)". — 6.24-32. - М.: ЗАО «Олимп — Бизнес», 2020. — 256 б.
2. Коростелева Е.М. Мақала: "Использование сценарного планирования как инструмента формирования стратегии" [Электронды Ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-stsenarnogo-planirovaniya-kak-instrumenta-dlya-formirovaniya-strategii>
3. Колбасов В.И. Мақала: "Сценарное планирование как эффективный метод разработки стратегии" [Электронды Ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/stsenarnoe-planirovanie-kak-effektivnyy-metod-razrabotki-strategii/viewer>
4. Демкина О.В. Мақала: "Сценарное планирование как основа разработки стратегии: теоретико-методические аспекты" [Электронды Ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/stsenarnoe-planirovanie-kak-osnova-razrabotki-strategii-teoretiko-metodicheskie-aspekty>
5. Саяпин В.О. Мақала: "О сценарном подходе к прогнозированию" [Электронды Ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/o-stsenarnom-podhode-k-prognozirovaniyu>
6. Воробьева Ж.Б. Мақала: "Сценарный подход к управлению инвестиционной деятельностью в регионе" [Электронды Ресурс] // <https://cyberleninka.ru/article/n/stsenarnyy-podhod-k-upravleniyu-investitsionnoy-deyatelnostyu-v-regione>
7. Сценарное планирование для разработки бизнес-стратегии. Джилл Рингланд. Изд-во: Диалектика, Москва, 2007г.
8. Стратегический менеджмент. Соколова М.И., Зайцев Л.Г. Изд-во: Магистр, 2016г.
9. Стратегиялық менеджмент: өткеннен болашаққа. Уваров В.В., Лаптев А.А., Баспа үйі: Бизнес және сервис, 2018 ж.
10. Менеджмент негіздері. Мескон М., Альберт М., Хедури Ф., Баспа үйі: Дело, Мәскеу 2019 ж.
11. Стратегиялық менеджмент Аналоуи Ф., Карамид А., Баспа үйі: Бірлік, Мәскеу, 2015 ж.
12. Басқару. Виханский О.С., Наумов А.И., М.: Гардарики, 2017 ж.
13. Стратегиялық менеджмент және кәсіпкерлік. Виссема Х., Баспа үйі: Finpress, 2020

ПРОБЛЕМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

Абдуллаева Д. А.

КазНУ им. Аль-Фараби, Высшая школа экономики и бизнеса,
Специальность: «Менеджмент», магистрант 2 курса

Научный руководитель: Кантарбаева А.К.
д.э.н., профессор

Введение

Экономический кризис затрагивает все направления бизнеса, в том числе и гостиничное дело. Разработка оптимизированного плана развития - основной путь выживания гостиничного предприятия в условиях неблагоприятной экономической конъюнктуры. Проблема развития гостиничного бизнеса в период экономического кризиса стала актуальной задачей для собственников гостиничных предприятий на международном рынке. Таким образом, целью данной статьи является попытка сформировать модель функционирования гостиничным предприятием, которая может иметь место на международном рынке туризма в период кризиса.

Обзор литературы

Обзор литературы по данному вопросу показывает, что в подавляющем большинстве авторы рассматривают проблемы антикризисного управления и эффективного управления предприятия в целом. К примеру, проблемы антикризисного управления рассматривались в исследованиях западных и отечественных ученых. Одно из определений кризисного управления, о котором говорит Дарлинг: «Управление кризисом определяется как ряд функций или процессов для выявления, изучения и прогнозирования кризисных проблем и излагает конкретные способы, которые позволили бы организации предотвратить кризис или справиться с ним».[1]

Российские исследователи А.М. Бабич, Н.А. Зайцева убеждены, что, прежде всего, «следует остановиться на условиях функционирования предприятий гостиничного бизнеса. Во-первых, это меры по увеличению объема продаж за счет формирования новых гостиничных продуктов и изменения ценовых предложений, во-вторых, меры по оптимизации затрат», поскольку эти положения взяты из передового опыта успешных предприятий в отрасли гостеприимства. Данное мнение является, несомненно, актуальным в современном ми-ре, однако стоит отметить, что основной задачей при функционировании гостиничного предприятия в период кризиса является сохранение конкурентоспособности.[2]

Методология

Методы управления гостиничным предприятием в условиях кризиса. Для решения проблем, связанных с проблемами функционирования гостиничных предприятий в условиях кризиса были предложены следующие методы.

Первая группа методов включает тактические методы. В свою очередь, тактические методы включают реорганизацию (перестройку), сокращение и банкротство. Данные методы направлены на быстрое улучшение финансовых показателей предприятия, то есть преодоления кризисных последствий. Однако использование этих методов не всегда достаточно, чтобы устранить причины кризиса. Другая группа методов - стратегические.[3]

Как правило, руководители гостиничных предприятий не сразу смогут увидеть результаты от этих методов, но их использование меняет качественные характеристики, такие как конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность, ориентация на клиента и инновации.

К основным методам можно отнести объединение в рамках одной сети предприятий на разных стадиях развития и распределения и диверсификации видов деятельности. Этот метод может быть рационален, если интеграция приводит к существенной экономии или возможным сокращениям, например, транспортных расходов.

Инновации представляют собой внедрение современных подходов стратегического управления в кризис. Регуляция же, в свою очередь, включает в себя формирование стратегического планирования и управленческой отчетности, создание комбинированной системы финансового контроля и планирования, автоматизированных систем учета и формирование эффективной маркетинговой деятельности. Эти подходы позволяют решить

множество проблем, связанных с конъюнктурой рынка и поиском новых клиентов и партнеров на международном рынке.

Реструктуризация - это сложный метод антикризисного стратегического управления, которая стала распространенной в последнее время. Этот способ связан с изменением организационной структуры и системы стратегического управления.

Метод реструктуризации бизнес-процессов ведет к сокращению лишних звеньев и лишних затрат времени и денег, обеспечивает скачкообразный рост эффективности деятельности, таких как эффективность работы, переработка по времени, затраты на производство и т.п.

Сокращение - еще один способ, который может сразу же улучшить показатели деятельности гостиничной отрасли. Это снижение избыточных мощностей и сокращение занятости в ряде служебного персонала в соответствии с реальным спросом на рынке. Этот метод приводит к значительному сокращению затрат и снижению производственных цен. Например, гостиничный и ресторанный сектор Великобритании насчитывает около 98,3% предприятий, которые имеют меньше чем 50 работников.

Эффективное стратегического управления во время кризиса предусматривает сочетание следующих элементов: профессиональных знаний работников организации, осуществляющей стратегическое управление; опыт антикризисной деятельности [4].

Успех стратегического антикризисного управления зависит от своевременного выявления кризиса и применение наиболее эффективных методов для его преодоления. Эффективное функционирование в период кризиса осуществляется с применением ряда стратегических и тактических методов стратегического управления в совокупности.

Модель функционирования гостиничного предприятия в кризисной ситуации

Период, когда гостиничный бизнес испытывает определенный «застой» - идеальное время для того, чтобы поработать над его оптимизацией. Большинство ведущих экспертов считает, что главной целью подобной процедуры должно стать снижение общих расходов при сохранении прежнего качества обслуживания [5].

Результаты исследований и анализ

Рассмотрим поэтапный процесс анализа состояния дел при кризисном управлении. В результате можно выделить следующие этапы:

- анализ данных (включая финансовый, коммерческий и сервисный аудит);
- возможные последствия кризиса для гостиничного предприятия;
- возможные действия для выхода из кризиса;
- потенциальные факторы риска этих действий;
- сроки осуществления «оздоровительных» мер.

Рассмотрим поэтапное проведение мероприятий кризис-менеджмента.

1. Диагностика. Диагностирование состояния дел в гостиничном предприятии производится по четырем группам характеристик.

Первое - это базовые элементы ведения бизнеса: персонал, уровень технологичности, инновационности бизнеса и уровень управления. Например, если говорить о команде отеля, интерес должны представлять: организационная структура, ее эффективность, отсутствие дублирующих функций. В частности, руководитель должен знать, сколько человек у него работает в расчете на один номер. Обычно в гостиницах категории «3 звезды» это не более одного человека, а в отелях уровня «5 звезд» показатель может составлять от 1,5 до 2,5 человек в гостиницах. [6] Сравнивая свой показатель со среднерыночным, предприятие понимает, эффективно оно, или нет. Кроме статистических данных, руководству необходимо анализировать и уровень компетенции персонала, степень удовлетворенности людей своей работой, мотивационные меры.

2. Программа выхода из кризиса. Вторая ниша, в которой необходимо проводить диагностику в период кризиса, это эффективность бизнес-процессов в гостиничном предприятии. Существует ряд параметров, по которым можно проанализировать

операционную деятельность. Например, насколько издержки, которые несет операционная деятельность, сопоставимы с доходом, который получает отель; в какой мере число людей, занятых на определенном участке, соответствует необходимости; насколько эффективно продаются услуги тех или иных служб гостиничного предприятия [7]. Приведем следующий пример: стоит проанализировать, правильно ли работают сотрудники в ресторане, предлагают ли гостю вовремя вино и десерт; насколько конфигурация столиков в ресторане соответствует формату тех компаний (индивидуальные гости, пары, компании из нескольких человек), которые его посещают, и т.п. Здесь речь идет о дополнительных доходах и рентабельности всего бизнеса.

Нужно понимать, что неэффективность бизнес-процессов влияет на качество обслуживания, а значит - на удовлетворенность гостей и взаимоотношения с крупными корпоративными партнерами. Само собой разумеется, что гостиничная отрасль порождает солидные инвестиции, которые необходимы для развития, особенно в период кризисной ситуации как внутри страны, так и самого предприятия.

3. PR-компания. Третий уровень диагностики - это рыночные показатели функционирования гостиничного предприятия, удовлетворенность клиентов качеством обслуживания, степень их лояльности к отелю, конкурентоспособность предлагаемых услуг. Исправить ситуацию на этом уровне, если были упущены возможности двух других, значительно сложнее, так как гостиничное предприятие может уже терять свою долю рынка, что, несомненно, будет сказываться на показателях доходности.

Если негативные явления затрагивают финансовую эффективность гостиничного предприятия, он теряет прибыль, а значит и рентабельность, имеет неадекватные показатели ликвидности. Мероприятия по санации бизнеса направлены на восстановление платежеспособности гостиничного бизнеса. Это и реструктуризация долгов, если есть трудности с возвратом кредитов, повышение ликвидности ресурсов отеля, ликвидация кассовых разрывов, оптимизация затрат.

К PR-компаниям относят также эффективную маркетинговую стратегию привлечения клиентов с минимальными вложениями и максимальной прибылью. В данном случае при рекламировании гостиничных предприятий имеют место следующие каналы продвижения:

- скидки и акции для постоянных и вновь прибывших клиентов (покупка комплекса услуг с существенной скидкой для клиента) с целью повторных продаж;
- реклама в СМИ;
- сотрудничество с аэропортами, авиакомпаниями, крупными торговыми центрами;
- раздача листовок, флешмоб в людных местах;
- интернет-маркетинг (статейный маркетинг, e-mail-рассылка, ведение деятельности в социальных сетях, контекстная реклама гостиничного предприятия).

При осуществлении предпринимательской деятельности роль играет бизнес-аналитика и видение, позволяющие интегрировать целенаправленно сформированные услуги и дизайн гостиниц в окружающую среду, в которой они расположены, сочетаясь с культурными, историческими и природными ресурсами местоназначения.

Заключение

Гостиничная отрасль является важным бизнесом в глобальных рамках, а современные тенденции развития и туристический спрос влияют на его модификацию. Многочисленные тенденции подчеркивают важность современного гостиничного бизнеса, поскольку современный турист не удовлетворен только основным предложением в гостиничном обслуживании, но требует дифференцированной и персональной службы, которая становится основным мотивом для поездок. В результате существующего и постоянно растущего разнообразия гостиничных комплексов возрастает конкуренция, в которой необходимо «выживать» предприятиям.

К тому же кризисные ситуации вызывают положения экономики страны в целом и внешних международных отношений. В результате функционирование гостиничных предприятий в период кризиса является основополагающей целью для сохранения ценности

отрасли гостеприимства. В рамках данной публикации была попытка сформировать модель управления предприятием гостиничной отрасли в период кризиса, обладающая базовым набором действий, необходимым для улучшения кризисной ситуаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кизян Н.Г., Мелякова Е.В. Направления развития предприятий в условиях кризиса // ПСЭ.
2. Подсорин В.А. Антикризисное управление. М.: МГУПС (МИИТ), 2016. 154 с.
3. Сарян А.А. Факторы и условия, влияющие на современное состояние туризма // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. 2014. № 2. С. 134-136.
4. Туктарова П.А. Диагностика банкротства промышленного предприятия в системе антикризисного менеджмента: диссертация канд-та экон. наук. Уфа, 2016. 134 с.
5. Туринфоновости И коммуникации Б туризме (Электронный ресурс]. URL:<http://www.tourinfo.ru> (дата обращения: 28.08.2018).
6. Эволюция рынка // Турбизнес: информационно-аналитический журнал. Выпуск «Технологии». 2015. No 8(327). С.12.
7. Business Traveller № 5.000 «УитнессМедиа», 2015. 100С. URL: businesstraveller.com.ru (дата обращения: 14.09.2018).
8. Groh M. Strategic management in times of crisis // American Journal of Economics and Business Administration. 2014. № 6 (2). p. 49-57.
9. Journal of Environmental Management and Tourism. Vol. 52. 2016. p.122.
10. Kopia J., Just V., Geldmache W., Bußian A. Organization performance and enterprise risk management // Ecoforum. Vol 6. №1. 2017. P.1.
11. Kobyak V.M., Lvovna I.E. The competitiveness of hotel facilities // Theory and practice. Journal of Environmental Management and Tourism. Vol. V1.2015.№ 2(12). p.374-381. DOI:10.14505/jemt.v6.2(12).10.
12. Kovaltchuk A.P. Concept and Procedures of Crisis Management in Russian Hotel Enterprises // Journal of Environmental Management and Tourism. 2016. V. 7.№3. p. 473-480
13. Romanyuk A.V., Kovaltchuk A.P. Methods to improve economic efficiency of hotel companies in modern conditions in Russia // Scientific Bulletin of Moscow State Institute for Tourism Industry n. a. Yuri Senkevich. 2015.No 2(34). p. 21-26.

ҚР АЗАМАТТЫҚ АВИАЦИЯ КОМПАНИЯЛАРЫНЫҢ ӘЛЕУЕТІ

Жақсылық Н.Ж.

ҚазҰУ, Экономика және бизнес жоғары мектебі
Менеджмент мамандығының 2-курс магистранты

Ғылыми жетекші: Нурсейтова Г.Б.
э.ғ.к., аға оқытушы

Елімізде азаматтық авиация компанияларының бәсекелестігі жоғары деп айта алмаймыз. Дегенмен, күн сайын жолаушылар тасымалы артып келе жатқан бірнеше компаниялар бар. 2022қазақстандық әуе компаниялары шамамен 10 млн адамды тасымалдады. Бұл өткен жылменсалыстырғанда 18%-ға (7,8 млн жолаушы) көп. Мысалы, Air Astana компаниясында жолаушылар тасымалы шамамен – 3,5 млн адамға, FlyArystan компаниясында – 2,8 млн адамға жуықтап, SCAT компаниясында жолаушылар саны – 2,5 млн-ға және Qazaq Air-да 500 мың адамға өсті.

Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрі тапсырмасымен қазақстандық әуе кемелерінің паркі 2025 жылға дейін 51 ұшақпен толықтырылу жоспарлануда. 2022 жылы отандық авиакомпаниялардың паркі 10 жаңа ұшақпен толықты. Атап айтсақ, SCAT компаниясының әуе кемелер паркі 5 ұшақпен, FlyArystan 3 ұшақ және Air Astana 2 әуе кемесін сатып алды. Жыл соңына дейін тағы 4 жаңа ұшақ пайдалануға беріледі. Азаматтық авиация ұшақтарының жаңаруы рейстердің кешігуін азайтуға, тасымалдау сыйымдылығын арттырып, жолаушыларға қызмет көрсету сапасын жақсартуға, сондай-ақ қазақстандық әуе тасымалдаушылардың ұшу географиясын кеңейтуге мүмкіндік береді.

2022 жыл еліміздің азаматтық авиация қызметі үшін оң нәтижелерге толы болды. Мысалы, ұшу қауіпсіздігінің деңгейін келесі жоғары сатыға күшейтуге байланысты маңызды жоспар жүйелі түрде орындалып келеді. Осыған орай Еуропалық комиссияның Қазақстандағы ұшу қауіпсіздігінің деңгейін жоғары бағалауы маңызды жетістіктердің бірі саналады. Сонымен қатар ИКАО Ассамблеясының 41-сессиясында ИКАО ұйымның Бас хатшысы Қазақстандағы азаматтық авиация қызметін реттеудің еуропалық моделін енгізуді оң бағалап, ол қауіпсіздік шаралары ИКАО-ның қауіпсіздік стандарттарына толық сай келетін әлемдегі ең озық әрі тиімді тетіктердің бірі екенін айтап өтті. Ол дегеніміз еліміз ИКАО-ның талабын 84%-ға орындап отыр.

Қазір таңда қазақстандықтардың әлемнің 29 еліне тікелей рейстермен ұшуға мүмкіндігі бар. Ішкі әуе рейстерді аптасына 687 рейс жиілігімен 57 бағыт бойынша 5 отандық әуе компаниясы орындайды. Осы жылы NEOS әуе компаниясы Алматы – Миланбағытында, «Эйр Астана» компаниясы Алматы – Ираклион бағытына, Vietjet Air компаниясы Алматы – Нха Транг бағыты бойынша, Jazeera Airways компаниясы Түркістан – Кувейт бағыты, AnadoluJet компаниясы Алматы – Анкара мен Астана – Анкара және Pegasus Airlines компаниясының Алматы – Анкара бағыттары, Алматыдан Сургутқа, Тюменьге және Новосібірге, сонымен қатар Астанадан Санкт-Петербургке жаңа бағыттары ашылды. «Түрікменхаваеллары» компаниясы Алматыдан Ашғабадқа әуе рейстерін қайта қалпына келтірді.

Сондай-ақ Ақтау мен Шымкенттен Анкараға, Алматы мен Ақтаудан Мединаға, Астанадан Нячангқа, Астанадан Бакуге және Шымкенттен Душанбеге 2023 жылғы көктемгі-жазғы навигация кезеңінде рейстер ашу жоспарлануда.

Сонымен қатар Air Seychelles әуе компаниясы жылдың соңында Қазақстан мен Сейшел аралдары арасында Алматы – Маэ бағыты бойынша рейстер ашу жоспарлануда. Сондай-ақ Астана, Алматы, Ақтау, Түркістан және Атыраудан Ыстанбұлға, Астана мен Алматыдан Антальяға, Алматыдан Баку, Тбилиси, Пхукет және Малеге рейстердің ұлғаюуы күтілуде.

Отандық әуе компаниялары Пәкістанға Астана мен Шымкенттен Карачиге рейстер ашып, Үндістанға Алматы – Дели бағыты бойынша, Қытайға Алматы – Чэнду бағыты бойынша, Ұлыбританияға Алматы – Лондон бағыты бойынша орындалатын рейстер санын ұлғайту жоспарлап отыр.

2023 жылғы көктемгі-жазғы навигация кезеңінен кезінде Алматыдан Бодрум, Батуми, Ираклион, Подгорицаға және Астанадан Тбилиси мен Подгорицаға маусымдық рейстердің маусымдық басталуы бар. Одан бөлек, Астана – Бішкек, Ақтау – Ереван, Алматы – Самарқанд, Шымкент – Кутаиси бағыттары бойынша рейстер қайта басталуы көзделуде.

2023 жылдың көктемгі-жазғы навигациясынан бастап Air Asia X әуе компаниясы Куала-Лумпурдан Алматыға, Thai Air Asia компаниясы Бангкоктан Алматыға рейстерді ашуды жоспарлаған.

Азаматтық авиация комитеті рейстерді кешіктіру бойынша және жолаушылардың құқықтары бұзылғаны үшін әуе тасымалдаушыларды жауапқа тарту бойынша жұмысты жалғастыруда. Рейстердің кешігуі кезінде жолаушылардың құқықтарының бұзылуына, және әуе көлігімен тасымалдаудың халықаралық ережелерінің бұзылуына байланысты қазақстандық әуе-компаниялары жалпы көлемі 8 100 айлық есептік көрсеткіш (24 810 300 теңге) мөлшерінде айыппұл түрінде әкімшілік жауапқа тартылды.

2023 жылы еліміздің азаматтық авиация саласындағы халықаралық стандарттарға сәйкестік деңгейін арттыру бойынша жұмыс жалғастырылады.

Авиациялық билік бойынша халықаралық әуе көлігі қауымдастығы (IATA), халықаралық әуежайлар кеңесі (ACI), iPADIS және басқа бірқатар халықаралық ұйымдармен Ынтымақтастық туралы меморандумға қол қойды. Бұл келісімдер жаһандық деңгейде ынтымақтастық пен әріптестікті жақсартудың және отандық авиацияның әлемдік авиация нарығында беделін нығайтудың тағы бір қадамын көрсетеді.

«Қазақстан мен АҚШ арасында тікелей рейсті ашу жөніндегі жұмыс аясында АҚШ көлік қауіпсіздігі әкімшілігімен ынтымақтастықты кеңейту жалғасуда және 2025 жылы

тікелей рейс ашу жоспарлануда. 2022 жылдың тамыз айында тексеру пункттерінің сапасын және олардың америкалық стандарттарға сәйкестігін алдын ала бағалау мақсатында TSA сарапшыларының екінші кезеңі өтті. Техникалық сапардың нәтижелері бойынша сарапшылар тексеру пункттері мен бақылау-өткізу пункттерінің сапасына оң баға берді. Бұл ретте авиациялық қауіпсіздік қызметі персоналының кәсіби жұмысы да теріс нәтиже көрсетпеді.

Аталған шаралардан басқа 2022 жылы әуежайлардың инфрақұрылымын жаңғырту жұмыстары жалғастырылды. Биыл қайта жаңартудан кейін Үржар және Үшарал әуежайларына сертификаттау жүргізілді. Орал қаласының әуежайында жаңа жолаушыларға арналған терминалы ашылды. Алматы қаласы әуежайы жаңа халықаралық терминалының құрылысы басталып, Шымкент қаласының әуежайында жолаушылар терминалын қайта жаңарту жұмыстары жүргізіліп, Қызылорда қаласында жаңа әуежай құрылысы мақұлданды.

Сонымен қатар, әуе сапарларының қауіпсіздігі және көрсетілетін қызметтердің жоғары сапада болуы өте маңызды.

2022 жылдың 1 тамызында азаматтық авиация қауіпсіздігін техникалық бақылау мен қадағалауға жауапты тәуелсіз агенттік ретінде Қазақстанның Авиациялық әкімшілігінің (АӘК) құрылғанына үш жыл толады. Ұйым үздік әлемдік тәжірибеге сәйкес ұшу қауіпсіздігін қамтамасыз ету жөніндегі міндеттерді жүйелі түрде жүзеге асырады. Қазір қазақстандықтар әлемнің 28 еліне тікелей рейспен ұша алады.

Ағымдағы жылдың басты жетістіктерінің бірі Еуропалық комиссияның Қазақстан Республикасы Сыртқы істер министрлігінің Азаматтық авиация комитеті мен ААК-ның ұшу қауіпсіздігін қамтамасыз ету саласында қабылдаған шараларына оң баға беруі болды. Нәтижесінде қазақстандық әуе компаниялары Еуроодақта тыйым салынған әуе тасымалдаушыларының тізіміне енбеді.

Бұл шешімнің алдында авиациялық қауіпсіздікті реттеудің еуропалық үлгісіне көшу, жоғары білікті шетелдік мамандарды тарту, ұшу қауіпсіздігі стандарттарына сәйкес келмейтін жеті авиакомпанияның қызметін тоқтату, сондай-ақ тығыз ынтымақтастықты қамтитын ауқымды жұмыстар атқарылды. Еуропалық авиациялық қауіпсіздік агенттігімен (EASA).

Қазақстан ИКАО стандарттарының 82%-ға сәйкестігіне қол жеткізді, осылайша әлемдік орташа көрсеткіштен 15%-ға асып, EASA-ға мүше елдерге (85%) жақындады, сондай-ақ Еуропа мен Солтүстік Атлантикалық аймақты (77%) және әлемдік орташа көрсеткіштерді (67%) басып озды.

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының мемлекеттік тізімінде 912 әуе кемесі бар, 75 әуе кемесі тұрақты жолаушылар рейсін жүзеге асырады.

Қазақстандық тасымалдаушылар паркінде ең көп таралған ұшақ түрі – AIRBUS 320-232, ең үлкені – BOEING 767-3KY. Air Astana ең үлкен флотқа ие, ал соңғы ұшақтары бар ең жас авиакомпания – Qazaq Air.

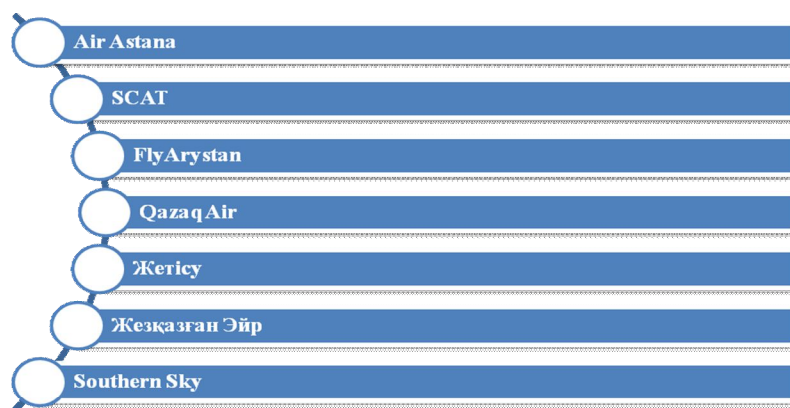


Сурет 1- Қазақстандық тасымалдаушылар паркіндегі ұшақ түрлері

Қазақстан ТМД-да бірінші болып ҰҚЖ бетінің жай-күйі деректерінің жаһандық форматы (GRF) стандарттарының 100% енгізілгенін жариялады. Бұл үдерісті Қазақстанның авиациялық әкімшілігі 2021 жылдың қарашасында сәтті аяқтады.

Жалпы, елімізде жолаушылар тасымалының оң динамикасы байқалады. 2022 жылдың бірінші жартыжылдығында отандық әуе компаниялары тасымалдаған жолаушылар саны 4 605 470 адамды құрады. 2022 жылдың екінші тоқсанында ғана Қазақстан әуежайларында 5 172 536 адамға қызмет көрсетілді, бұл бірінші тоқсанмен салыстырғанда 39%-ға артық. Бірінші жартыжылдықта Қазақстанның әуежайларында қызмет көрсетілген жолаушылар саны 8 889 989 адамды құрады. Бірінші жартыжылдықта Қазақстан Республикасының әуежайларында өңделген жүктер мен пошта жөнелтілімдерінің көлемі 26 110 тоннаны құрады. Отандық әуе компаниялары тасымалдайтын жүк пен поштананың көлемі 7995 тоннаны құрайды.

Қазіргі уақытта елімізде тұрақты коммерциялық рейстерді жүзеге асыратын жеті авиакомпания бар: Air Astana, SCAT, FlyArystan, Qazaq Air, Жетісу, Жезқазған Әйр және Southern Sky.



Сурет 2 - Коммерциялық рейстердегі авиакомпаниялар

Халықаралық ынтымақтастықты нығайта отырып, Қазақстанның Авиациялық әкімшілігі ЕСАС-пен елдің бақылаушы рөлінде қатысуы туралы, сондай-ақ авиациялық қауіпсіздік, аварияларды тергеу, ұшу қауіпсіздігі және қоршаған ортаны қорғау саласындағы ынтымақтастық туралы келісімге қол қойды.

Ағымдағы жылдың басынан бері Қазақстан мен Америка Құрама Штаттары арасында тікелей рейстерді ашу үшін алдағы FAA халықаралық авиациялық қауіпсіздікті бағалауға (IASA) дайындық аясында техникалық әлеуетті арттыру бойынша талқылаулар жүргізілуде.

2023 жылға дейін еліміздің азаматтық авиация саласында жоғарыда айтылғандай елеулі нәтижелерге толы болды және алдағы уақытта жоғары мақсаттарды көздейтін жұмыстар жоспарлануда. Бұл дегеніміз жолаушылар сенімі мен қарқынының артуы және әлем алдындағы жолаушылар тасымалдау және туризм салаларының сенімді беделін айқындайды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- <https://khabar.kz/ru/news/proisshestiya/item/121058-aviakatastrofy-v-kazakhstane-za-poslednie-3-goda>
- «Психологические аспекты человеческого фактора в авиации» Лысаков Н.Д.
- <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-aspekty-chelovecheskogo-faktora-v-aviatsii>
- <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-chelovecheskogo-faktora-v-sisteme-upravleniya-bezopasnostyu-polyotov/viewer>
- Игорь Кузнецов: Человеческий фактор в гражданской авиации. Издательство: Политехника, 2019 г. 103 стр.
- <https://egemen.kz/article/4585-azamattyq-aviatsiyanynh-alar-asulary>
- <https://www.gov.kz/memleket/entities/aviation?lang=kk>

ОПЫТ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ МЕХАНИЗМОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Омиржанова А.
КазНУ им.Аль-Фараби
Фараби Бизнес Школа
МВА, 2 курс

Научный руководитель: Тажиева С.К.
к.э.н., доцент

Аннотация

Растущая конкуренция на местном и глобальном потребительских рынках, усложнение условий ведения бизнеса в связи с ускорением научно-технического прогресса выдвинули аспекты управления человеческими ресурсами на ряд важнейших аспектов для обеспечения конкурентоспособности и эффективности бизнеса. Это указывает на особую актуальность темы исследования.

Цель: выявить современные тенденции стимулирования в управлении персоналом путем изучения опыта и специфики мотивации сотрудников всемирно известных компаний.

Методология: анализ исследования рейтинговой компании Next Generation, проведен сравнительный анализ мер стимулирования, используемых в компаниях с мировым брендом, и приведен опыт некоторых компаний.

Результат исследования: на основе проведенного исследования и анализа были предложены новые.

Крупные компании уже давно используют механизмы стимулирования в управлении персоналом как способ мотивации своих сотрудников к лучшей работе и достижению своих целей. Эти стимулы могут принимать самые разные формы, такие как бонусы, опционы на акции, рекламные акции или награды за признание.

То, как крупные компании мотивируют своих сотрудников, сильно изменилось. Теперь компании все больше и больше инвестируют в своих сотрудников, от традиционных преимуществ для привлечения лучших талантов до действительно удивительных и альтернативных преимуществ.

Менеджеры и лидеры ищут новые способы мотивировать своих сотрудников, чтобы обеспечить компании счастливое рабочее место, обновляя вознаграждения сотрудников. Более приятная рабочая среда может привести к повышению удовлетворенности работой, снижению текучести кадров и, в конечном итоге, к более прибыльному бизнесу.

По результатам исследования рейтинговой компании Next Generation: на вопрос, каким, на ваш взгляд, должно быть идеальное место для работы, был получен следующий ответ.

52% людей заявили, что льготы для сотрудников сделают их счастливыми на работе, а 50% заявили, что они также принесут пользу их благополучию.

Поскольку хорошие управленческие основы, карьерные перспективы и финансовые вознаграждения остаются жизненно важными, серьезные сотрудники ищут выход за рамки уловок.

Проблема здесь в том, что сотрудники компании должны выбирать льготы, которые действительно имеют значение, поскольку привлекательные льготы привлекают определенное лицо и помогают компаниям поддерживать свои лучшие таланты.

Одним из примеров компании, использующей механизмы стимулирования в управлении персоналом, является Google. В Google действует система вознаграждения, основанная на результатах работы, при которой сотрудники оцениваются на основе их достижений и соответственно вознаграждаются бонусами и повышениями по службе. В компании также действует инновационная программа признания под названием "Peer

Bonus", в рамках которой сотрудники могут присуждать бонусы своим коллегам за их выдающуюся работу.

Другим примером является Amazon, которая использует систему оплаты труда, основанную на результатах, которая вознаграждает сотрудников на основе их показателей эффективности. Компания также предлагает опционы на акции и другие стимулы своим лучшим сотрудникам.

В дополнение к этим хорошо известным компаниям многие другие крупные корпорации внедрили механизмы стимулирования в свои стратегии управления персоналом. К ним относятся, в частности, IBM, Microsoft и Apple.

Несмотря на пандемию COVID-19, многие предприятия расширяются, и конкуренция за компании за привлечение лучших талантов растет. Компании вынуждены участвовать в этой игре скидок и вовлеченности, чтобы конкурировать с бизнесом с солидным пакетом компаний.

Ниже мы рассмотрим, как некоторые крупные глобальные компании мотивируют свои команды и как их бонусы привлекают сотрудников.

Таблица 1

Меры стимулирования сотрудников крупнейших мировых компаний

	Google	Facebook	Microsoft	Amazon	Zoom
Бесплатное питание	+	+			+
Дружелюбный к домашним животным	+	+			
Социальные прогулки	+	+	+		+
Стоматологическое страхование	+	+	+	+	
Страхование зрения	+	+			+
Страхование здоровья	+	+	+	+	+
Страхование жизни	+	+			+
Абонемент в Спортзал	+	+			+
Оплачиваемые отпуска	+	+	+		+
Отпуск по материнству/отцовству	+	+	+		+
Пенсионный план	+	+	+		+
Бонус производительности	+	+	+		+
Фонд персонала	+	+	+		+
План закупок	+	+	+		+

Из таблицы видно, что компании Google и Facebook предлагают полный пакет стимулов для сотрудников. Zoom использует стимулы в дополнение к страхованию доброты и стоматологии домашних животных. У Microsoft меньше стимулирующих мер по сравнению с предыдущими. А в Zoom стимулы самые низкие, используются только стимулы для стоматологического страхования и медицинского страхования.

На вопрос о положительной или отрицательной оценке рабочей среды среди этих компаний был получен следующий ответ: Google - 85%. Facebook- 86%. Microsoft- 83%. Amazone - 77%, Zoom-98% позитивно оцененных 2%.

Кроме того, согласно другим рейтинговым исследованиям, Google входит в группу А+ и является лучшей компанией для женщин. Здесь, в инженерном департаменте, средний ежемесячный доход составляет 184 000 долларов.

Согласно Satya Nadella CEO Rating, Microsoft также входит в группу А+ и входит в топ - 5 в этом рейтинге. Средний доход в отделе продаж составляет 254 000 долларов.

Glassdoor Employees'Choice Awards входит в рейтинг «лучшее рабочее место» следующим образом (max - 5):

Salesforce- 4.5

Abcam- 4.5

Softcat- 4.5

Microsoft- 4.4

Google- 4.4

GTB- 4.4

Bella Italia- 4.3

Facebook- 4.3

К примеру, Arby's-компания, известная своей высокой вовлеченностью и удовлетворенностью сотрудников. Даже в сложных ситуациях Арби ожидает помощи от своих сотрудников. В трудные времена для Arby's генеральный директор Пол Браун обратился к своим командам, работающим в ресторанах, чтобы узнать, что они делают, чтобы спасти компанию.

Таким образом, у Arby's было лучшее понимание и видение передового опыта, и в процессе он позволил своим сотрудникам. В результате Браун внес изменения, чтобы улучшить качество обслуживания клиентов.

Arby's продолжает расширять свои команды и сосредотачиваться на опыте сотрудников с помощью различных инициатив. Недавно они представили программу Arby'SBrandChamp, цель которой-научить свои команды более эффективно взаимодействовать с клиентами и «лучше оценивать и поддерживать сотрудников Arby». С момента запуска программы они сообщили более чем 70 000 сотрудников, что «если Арби найдет время, чтобы понять цели, Арби также попытается их понять». Что касается опыта сотрудников, arby's гарантирует, что их сотрудники не только добьются успеха на работе, но и у них будут ресурсы и рекомендации для достижения своих мечтаний - независимо от того, относятся ли они к дальнейшему образованию или карьерному росту, - согласно 3 класс.

Таким образом, основное внимание уделялось пониманию того, что мотивирует людей и как мотивация и удовлетворенность сотрудников влияют на производительность и организационную производительность. Организации могут повысить производительность, инвестируя в людей. В настоящее время, Рассматривая способы, которыми компании предпочитают инвестировать в свои человеческие ресурсы, мы можем заметить новую положительную тенденцию: (1) образование и обучение, (2) владение сотрудниками, (3) льготы в трудовой жизни и (4) повышение знаний сотрудников.

Все компании, которые составляют ежегодный список Fortune " 100 лучших компаний для работы», знают, как важно правильно относиться к сотрудникам. Все они имеют программы, которые позволяют им инвестировать в своих сотрудников с помощью этой и многих других программ.

Однако эффективность этих механизмов стимулирования в области управления персоналом была предметом дискуссий. Некоторые утверждают, что стимулы могут привести к краткосрочному сосредоточению на достижении целевых показателей в ущерб долгосрочным целям и командной работе. Другие утверждают, что стимулы могут привести к несправедливости и неравенству на рабочем месте.

Несмотря на эти критические замечания, механизмы стимулирования по-прежнему остаются популярным инструментом, используемым крупными компаниями для мотивации своих сотрудников и достижения их бизнес-целей.

Сотрудники являются первой точкой контакта для клиентов и гостей и производят большое впечатление на покупателя на протяжении всего его путешествия. Плохое отношение сотрудников может сделать вас клиентом на всю жизнь. Вот почему так важно инвестировать в привлечение сотрудников. Обеспечение того, чтобы ваши сотрудники были образованными, представительными и мотивированными выступать в качестве защитников от имени вашего бренда, приведет к более счастливым клиентам, что, в свою очередь, приведет к более счастливым результатам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адашев, А. У. Мотивация персонала как функция менеджмента / А. У. Адашев, Х. О. Арслонов // Мировая наука. – 2019. – № 1(22). – С. 34-37.

2. Гордеева, Е. В. Мотивация как важнейший фактор повышения эффективности системы управления персоналом организации / Е. В. Гордеева, Ю. С. Севостьянова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 11-1(69). – С. 226-229.

1. How Major Companies Motivate Their Employees// <https://www.nextgeneration.ie/blog/2021/08/how-major-companies-motivate-their-employees>

2. What the “Best Companies to Work For” Do Differently

<https://hbr.org/2019/12/what-the-best-companies-to-work-for-do-differently>

3. 14 companies taking employee engagement to the next level// <https://nudge.co/blog/brands-taking-the-employee-experience-to-the-next-level/>

4. Trends in Employee Motivation// <https://opentextbc.ca/businessopenstax/chapter/trends-in-employee-motivation/>

THE IMPORTANCE OF DEVELOPING THE INVESTMENT CLIMATE FOR ATTRACTING INVESTMENT IN TOURISM SECTOR OF KAZAKHSTAN

Aytzhan A.A.

KazNU,

Management, Master's first year student

Scientific adviser: A.K. Kantarbayeva,
Intl Professor, Dr. Sc. (Econ)

Abstract

Subject of research: Development of the investment climate in the tourism sector of Kazakhstan in order to attract the investment flow. The purpose of the work: to analyze the investment climate in the tourism industry and describe the significance of developing the investment policy exactly for the tourism industry. Research methods: information retrieval, information analysis and classification. Results and their novelty: A comprehensive study of the concept of investment climate in tourism, analysis of the importance and weaknesses of the investment climate in tourism in Kazakhstan, the directions and prospects for improving the investment climate in tourism in Kazakhstan. Practical significance: the results of the study will be available to government agencies on the development of tourism, as well as ways to attract local and foreign investment in the tourism industry. It can also be used by owners and managers of tourist enterprises.

Keywords: investment, investment climate, investment climate in tourism, investment policy and risks, tourism.

Nowadays, tourism considered as an area that is developing at a very fast pace, which means that every year new directions appear in this area, replacing the old ones, consequently there are a huge flow of the investment and large cash-cycle. Tourism accounts for about ten percent of global investment, all jobs and global consumer spending. The tourism industry became the most important economic clusters and entered the list of seven priority non-resource sectors of the

economy of Kazakhstan. Moreover, the significance of the tourism industry is increasing day by day in our republic due to the latest changes in the travel system of the world. In addition, the attracting local, also international investment would be the greatest decisions for the raising of the tourism industry for the new level. Consequently, the investment has a great influence for the stable growth of the sphere of tourism. Also, investments provide a process of materialization of ideas for the creation of new tourist facilities capable of producing and providing tourist services in a larger volume while improving the quality of tourist services. This article is devoted to questions about the importance of developing an investment climate in order to attract investment in the tourism industry. It also describes the importance of the development of investment policy specifically for the tourism industry, as well as important points in the process of developing investment policy.

The main purpose of this work is to study the concept of the investment climate in the tourism industry and, by analyzing the current state of the investment climate in the country, identify possible ways to develop the investment climate in order to attract investment from various sources, as well as determine the importance of developing an investment policy specifically for the tourism sector of the Republic of Kazakhstan.

The research methods, which are used: the data and literature analysis, comparisons and generalization of the information.

Keywords: investment, investment climate, investment climate in tourism, investment policy and risks, tourism, attraction of investments; enterprises; competitiveness; efficiency.

Research materials. Interest in the problems of tourism business development and investment activity in this area is growing every year, which is reflected in the works of domestic and foreign scientists, such as: Balabanov I.T., Gulyaev V.G., Zhdanov V.P., Kvartalnyi V.A., also Cooper K. and others. However, the problems of investing in the tourism industry require further systematic research. In scientific publications, investment activity is investigated as a form of development. The basis for creating a favorable investment climate for investing capital in the tourism industry in the region is a systematic approach to researching the problems of investing in tourism.

Introduction

Tourism today is one of the most lucrative businesses in the world after the export of oil and cars. In this regard, the task of effective management of the tourist and recreational sphere in Kazakhstan is currently becoming one of the priorities, including for its regions.

Despite the fact that tourism has never been a priority in the economy of the Republic of Kazakhstan, the main emphasis has always been on the extractive industries, in recent years, considerable attention has been paid to its development.

In countries with a low level of economic development, it is very important to strengthen and develop not only the internal investment climate, but also such countries should increase their investment attractiveness in order to receive support from the developed countries of the world for the rapid and effective development of the tourism sector.

Attracting investors to key sectors of the domestic economy is the basis for the country's successful development. In light of the pandemic and the global economic recession caused by it, competition between states for attracting investments is increasing, the country's investment climate plays a key role. However, it is significant to understand that in order to attract the investment, the state's investment climate should be favorable or just has to cover the minimal demand in order to attract the good investments. In addition, due to the high entrepreneurial risks in the tourism sector, ensuring the formation and development of tourist infrastructure in the regions only through private financing is a difficult task. At present, attracting investment in the tourism sector is a matter of its survival. The adequacy of practical investment decisions taken at various stages of the investment process depends on understanding the logic of investment processes. One of the most important and responsible stages of this process is the choice of an enterprise in which investment resources will be invested. The choice of investment object is mainly influenced by such a category as the investment attractiveness of the enterprise. There are such types of investments as: direct, or real, portfolio, investments in intangible assets, investments in human capital, innovative investments, venture technological investments.

At the level of an individual tourism organization, investments are financial investments for a certain period of time in various instruments to achieve the individual goals of investors. Investors are classified according to the degree of commercial risk they are willing to take in this particular case. Distinguish between the actual investor – an intermediary in investment activities, accumulating other people's financial resources and directing them to investments on conditions of minimal risk. Banks, investment funds, insurance companies, financial and industrial groups act as investors. For any tourism enterprise, each investor is associated with a certain amount or flow of financial investments. In this case, both borrowed and own funds can be invested. The main analyzed indicators at this level of investment activity are: expected profit (profitability of invested funds); payback period of investments; the rights of the investor to manage the invested enterprise; degree of commercial risk of the investor. The ways and rates of development of any tourist enterprise are connected with the optimization of all these conditions of the investment process.

Research results

Based on the research carried out, we can conclude; that the investment policy of the Republic of Kazakhstan is designed to ensure a favorable investment climate and will be based on the principles of economic pragmatism: profitability, return on investment and competitiveness, as well as ensuring the building of economic potential through the development of new points of economic growth and the identification of new market niches.

Also, analyzing the current state of the investment climate in the tourism sector of Kazakhstan, it can be concluded that the investment environment in the tourism sector is not entirely favorable, since the level of investment risk is very high. However, Kazakhstan is rich in tourism and recreation resources, which gives a huge opportunity for attracting the investment flow.

Conclusion

Investment plays a critical role at the macro level. They are an integral part of the development of the economy, as well as one of the main factors of its development, moreover, they determine the future of the country as a whole, a separate entity, an enterprise. Consequently, the attracting investment of the tourism sector, which is considered as non-production sector will be the fastest and more effective ways boosting economical state of the government. The study of investment activity is an important stage for the subsequent analysis of the economic policy of the state. It's no secret that the state of affairs in the economy can be judged by the nature of the processes taking place in the investment sphere. It is an indicator indicating the general situation within the country, the size of national income, attractiveness for other states.

REFERENCES

1. Adam Hayess /Investment [Electronic resource] // What is an Investment-URL: <https://www.investopedia.com/terms/i/investment.asp> (access date 18.04.2022)
2. Инвестиции : учебник для вузов / под ред. Л.И. Юзвович, С.А. Дегтярева, Е.Г. Князевой. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 543 с.
3. Zhuravleva, K. A. Investment climate and its components / K. A. Zhuravleva. - Text: direct // Young scientist. - 2018. - No. 50 (236). - S. 127-128. - URL: <https://moluch.ru/archive/236/54800/> (date of access: 24.03.2023).
4. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 304 с.
5. Жданов В. П. Инвестиционные механизмы регионального развития. - Калининград: БИЭФ, 2006. - 355 с.
6. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 200 с.
7. Зорин И. В., Зорин А. И., Ирисова Т. А. Туризм и отраслевые системы. Учебник для вузов туристического профиля - М. 2008 -255 с.

ЭКОНОМИКАНЫ ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЫНДА МЕНЕДЖМЕНТ ӘДІСТЕРІН ТРАНСФОРМАЦИЯЛАУ

Негіллә Д.С.

аль-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ факультеті
Менеджмент мамандығының
3 курс студенті

Ғылыми жетекші: Жумагазиева А. Г.
аға оқытушы, МВА

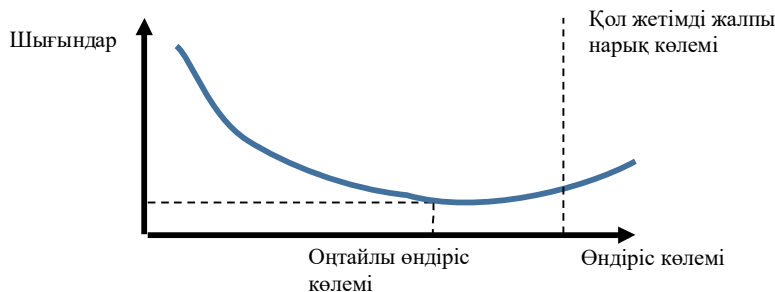
Қазіргі уақытта барлық әлеуметтік-экономикалық институттардағы түбегейлі өзгерістермен, кейде тіпті жаңаларының қалыптасуымен байланысты жаңа цифрлық технологиялық революцияның қарқынды дамуы байқалады. Жүргізіліп жатқан технологиялық өзгерістер экономикалық ғылымға белгілі бір қиындықтар туғызады, бұл кезде цифрландыруға дейінгі дәуірде қалыптасқан бұрынғы теориялық тұжырымдамалар өз жұмысын тоқтатады. Бұл қиындықтар қазір экономиканың бір саласы ретінде менеджмент үшін, оның ішінде дағдарысқа қарсы басқару үшін пайда болды. Тәжірибе дағдарысқа қарсы жаңа құралдар кешенін қалыптастыру қажеттілігін көрсетіп отыр, өйткені қолданыстағысы заманауи жағдайларда компаниялардың өмір сүруін қамтамасыз етпейді, экономикадағы дағдарыстық құбылыстар сақталуда.

Сонымен қатар, бүгінгі күні теория тәжірибеден артта қалып отыр: цифрлық экономикадағы басқару теориясын трансформациялаудың негізгі бағыттарын анықтайтын жүйелі ғылыми-теориялық зерттеулер әлі де жоқ.

Цифрлық экономика қазірдің өзінде шындық болып табылады және бизнестің жаңа жағдайларда табысты жұмыс істеуі және өмір сүруі үшін басқарудың теориялық тұжырымдамаларын және оның құралдарын қайта конфигурациялау қажет. Сондықтан цифрлық экономика дәуіріндегі басқару және дағдарысқа қарсы басқару үшін цифрлық трансформацияның негізгі қиындықтары мен бағыттарын анықтау қажет.

Бұл тақырыпты зерттеуге негіз болған себеп ол дәстүрлі экономикалық заңдар цифрлық экономикада жұмыс жасауы тоқтады.

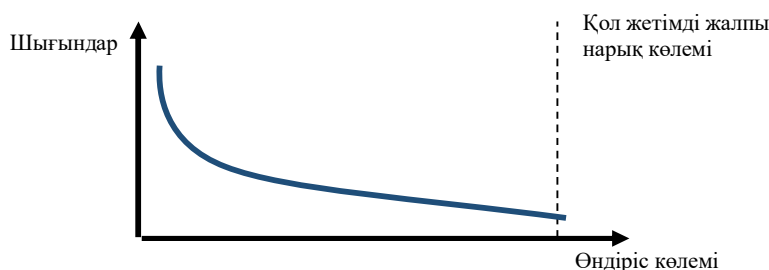
Қарастырылған өзгерістер цифрландыру жағдайында кейбір экономикалық заңдардың жұмысын тоқтатуына әкелді. Экономика мен менеджменттің бүкіл теориялық базасы өткен ғасырда алдыңғы технологиялық революция жағдайында құрылды және басқалармен қатар, сызықтық байланыстары бар өнеркәсіптік капиталды көп қажет ететін компаниялардың дамуы мен жұмыс істеу заңдылықтарын теориялық негіздеуге бағытталған. бизнес үлгілері (әрине, экономикалық ғылым осы мәселелермен шектелмеді). Желілік төңкеріс масштаб, күн тізбегі және Майкл Портердің бес күш үлгісінің экономикасын негіздеген негізгі болжамдарды бұзды [Моазед, Джонсон, 2016; McAfee, Бринжолфсон, 2019; Bloommart және т.б., 2019]. Кәсіпкерлік стратегия мен экономикалық теория құрылатын өзгермейтін заңдардың негізгі болжамдары технология дамыған сайын ескірді.



Сурет 3 - Сызықтық бизнес үшін ауқымды үнемдеу

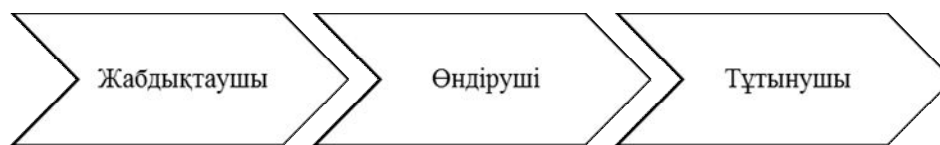
Цифрлық жағдайда бизнес ауқымы маңызды рөл атқаруды тоқтатты, экономиканың көптеген салаларында бұл әсер теңестіре бастады. Масштаб үнемділігі жоғары өнім өндірістің орташа құнын төмендетуді қамтамасыз еткенде пайда болады (ұзақ мерзімді жалпы трансформациялық шығындардың ең төменгі мәні) (3-сурет). Алайда, желілік бизнесте масштабтың оң әсері тұрақты емес, белгілі бір нүктеден өткеннен кейін өнім ресурстардың құнына қарағанда баяу өсуі мүмкін (өндірістің өсуімен, трансформацияның орташа жалпы шығындары өседі), теріс әсері шкала пайда болады [Pettinger, 2019]. Желілік бизнес физикалық активтерге инвестициялау және жаңа қызметкерлерді тарту арқылы өсуде.

Сондықтан, масштабтау үшін желілік бизнес физикалық активтерге, адам ресурстарына инвестициялайды.



Сурет 4 - Платформаның желілік бизнесі үшін ауқымды үнемдеу

Өз кезегінде платформалардың шығындары, желілік бизнестен айырмашылығы, платформалар өсіп, дамып келе жатқанда, олар әдетте төмендейді және керісінше әсер етпейді. Платформаның дамуымен, егер ол критикалық массадан өтсе (агенттер үшін платформаны пайдалану құны оған қосылу шығындарынан асатын кезде), шығындар логарифмдік түрде теңестіріледі (4-сурет). Платформалық компаниялар үшін ауқымды үнемдеудің бұл ерекшелігі бірқатар себептерге байланысты. Біріншіден, платформалық бизнестің ерекше шығындар құрылымы оған үлкен физикалық активтерге ие болмауға және желілік бизнеспен салыстырғанда инвестициядан жоғары табысты қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Екіншіден, цифрлық инфрақұрылым төмен шекті трансформация шығындарына әкеледі. Үшіншіден, желілік әсерлер пайданы ауқымды түрде арттырады: пайда шығындарға қарағанда тез өседі. Төртіншіден, пайданың өсуі өнім бірлігіне шығындарды азайту арқылы емес, өнімді жекелендіру, бейімдеу, тұтынушыға өнімді ұсыну жылдамдығын арттыру арқылы қамтамасыз етіледі.



Сурет 5 - Сызықтық құндылық тізбегі

Құнды құн тізбегі идеясы ең аз шығынмен максималды құнды құру – өнімді өндіру мен өткізу құнын төмендету бойынша әртүрлі қызмет түрлерін дәйекті үйлестіруге негізделген (5-сурет). Платформалық бизнес-модель құнды генерациялаудың басқа механизмін білдіреді: ол операциялық циклдің әрбір кезеңінде шығындарды дәйекті түрде төмендету арқылы емес, қалыптасқан желілік экожүйе шеңберінде экономикалық агенттердің өзара әрекеттесуін қамтамасыз ету арқылы қалыптасады. Осылайша, платформа мәнінің драйверлері дәйекті емес.

Зерттеуіміздің теориялық негізі ретінде біз технологиялық революциялар мен техникалық-экономикалық толқындар теориясын қолданамыз [Перес, 2013]. Бұл теория бойынша әлемде белгілі бір даму кезеңдері мен фазалары бар технологиялық революциялардың дәйекті өзгерістері үздіксіз жүріп отырады. Сонымен қатар технологиялық революцияның (Ұлы толқын деп аталатын) қалыптасу және өрістеу кезеңдері бұрынғы технологиялық революцияның ескі техникалық-экономикалық парадигмасының жаңасына ауысуымен қатар жүреді. Мұндай парадигманың ауысуы ауқымды және түбегейлі экономикалық, институционалдық және технологиялық өзгерістерді, соның ішінде осы Ұлы толқын үшін бизнесті ұйымдастыру мен жүргізудің дәстүрлі әдістерін өзгертуді білдіреді.

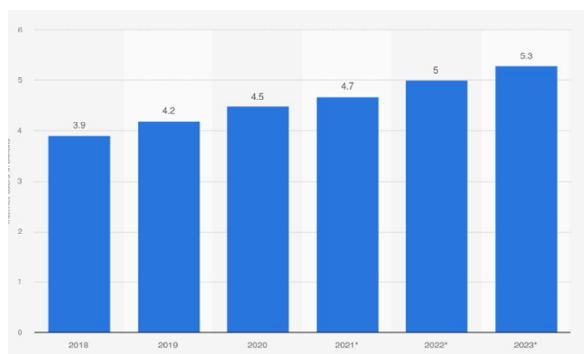
Кесте 1

Экономиканың цифрлық трансформациясының негізгі факторлары

Экономиканың цифрлық трансформациясының факторы	Факторлық сипаттама	Бизнесті жүргізудің шарттары мен тәсілдеріне әсері
Ұтқырлық және интернетке қосылу мүмкіндігі	Мобильді технологиялардың дамуына, интернеттің кең таралуына байланысты бизнес пен халықтың киберкеңістікке кетуі	Бизнесті жүргізудің жаңа нысандарын (виртуалды компаниялар) қалыптастыру, бизнесті жүргізудің транзакциялық шығындарын азайту (атап айтқанда, үйлестіру, ақпарат іздеу шығындары), клиентпен өзара әрекеттесу нысандарын өзгерту
Даталандыру	Адамзат пайдаланатын ақпарат көлемінің экспоненциалды өсуі	Деректерді экономика өндірісінің негізгі факторына және цифрлық бизнестің кіріс әкелетін активіне айналдыру, дәстүрлі бизнес үлгілерін өзгерту, пайда алудың жаңа құралдарын қалыптастыру.
Компьютерлендіру	Есептеу қуатының өсуі	жеделдету арқылы басқарушылық шешімдердің тиімділігін арттыру
Сандық технологияларды, оның ішінде жасанды интеллектті дамыту	Ақпараттың үлкен көлемін өңдеу процесін жеңілдету	Кәсіпорын қызметінің тиімділігін арттыру, операциялық процестерді автоматтандыру, шығындарды азайту
Жылдамдық	Экономикалық процестердің айтарлықтай жылдамдауы	Жедел басқару шешімдерін қабылдауға мүмкіндік бермейтін жобаларды басқару сияқты басқарудың дәстүрлі нысандары мен әдістерінен бас тарту
Экожүйе	Инновациялық процестер мен цифрлық технологияларды дамыту, олардың белсенді түрде таралуы мен өзара енуі үшін жан-жақты жағдайларды қамтамасыз ететін ортаны қалыптастыру	Бизнесті әртараптандыруды қамтамасыз ететін экожүйелік бизнес үлгілеріне көшу
Желі құру	Бір экономикалық агенттің мінез-құлқы басқа агенттер осы қызметті пайдаланудан алатын қызмет құнына әсер еткенде желілік эффект пайда болатын желілік технологиялардың таралуы	Компанияның жаңа бизнес үлгілерін және шығындар құрылымын қалыптастыру

Бұл мәлімдемені дәлелдеу үшін экономиканы цифрландырудың негізгі факторлары мен негізгі өзгерістерін қарастырайық [Моазед, Джонсон, 2016; Мальцев, 2019], бұл бизнесті жүргізудің шарттары мен әдістеріне айтарлықтай әсер етті (1-кесте). Негізгі фактор – Интернеттің жылдам таралуы (1-сурет), оның ішінде ұялы байланыстың арқасында және оған қосылу деңгейінің өсуі (бүгінгі таңда бүкіл әлемде Интернетке ену деңгейі 50%-дан асты, ал дамыған елдерде ол шамамен 90%-ға жетті. Бұл бизнес жинайтын және өндейтін ақпарат көлемінің экспоненциалды өсуіне мүмкіндік беріп, деректерді цифрлық

экономиканың негізгі активіне айналдырды. Цифрландырудың барлық басқа факторлары қандай да бір түрде тұтынушылар мен бизнес-процестер туралы деректерді қалыптастырумен және өңдеумен байланысты.



Сурет 6 - 2018-2023 жж. Интернетті пайдаланушылардың ғаламдық өсімі (млрд. тг)
Ескерту: Statista ақпараттық базасына сәйкес

Мобильді Интернеттің қарқынды дамуы компаниялардың бизнес-стратегияларына әсер ететін негізгі өзгерістерге әкелді: (1) есептеу қуатының және бұлғты сервистердің қолжетімділігі, бұл мәнмәтінінде даму үшін қажетті ақпараттық инфрақұрылымды қалыптастыруды білдіреді. кеңінен цифрландыру; (2) ақпаратты беру және сақтау құнын төмендету және соның нәтижесінде бизнеске кірудегі кедергілердің жойылуы, деректерді сақтау және беру шығындарын азайту және желілік әсерлерді дамыту; (3) деректерді талдаудан пайда алудың үлкен әлеуетін тудыратын деректер талдауындағы өсіп келе жатқан масштаб экономикасы.

Осылайша, цифрлық экономикадағы бизнестің негізі деректер болып табылады, олардың айналасында барлық бизнес-процестер құрылады және олардың негізінде киберкеңістіктегі экономикалық агенттердің өзара әрекетін қамтитын жаңа бизнес-модельдер мен экожүйелер қалыптасады. Өз кезегінде, цифрлық технологияларды енгізу компанияларға бизнес үшін транзакциялық және трансформациялық шығындарды айтарлықтай азайтуға, сондай-ақ тапсырыс берушіге бағдарлануға, тапсырыс беруші қызметтер мен өнімдерді жасауға мүмкіндік береді.

Бірақ деректерден басқа, цифрлық бизнес үшін нақты экономикалық әсерлерді тудыратын тағы бір фактор бар - бұл түбегейлі экономикалық және әлеуметтік трансформацияға әкелген желілік революция. Желілік әсерлер платформалық бизнес үлгісіне негізделген жаңа цифрлық бизнестің негізі болып табылады [Попов, 2019].

Экономиканың цифрлық трансформациясы экономиканың, оның ішінде менеджменттің алдында келесі топтарға бөлуге болатын қиындықтардың туындауына әкелді (7-сурет):

- бизнес экономикасының өзгеруі;
- бизнестің бизнес моделін өзгерту;
- бизнес құндылық факторларының өзгеруі.

Нәтижесінде, цифрландыруға дейінгі дәуірдегі компаниялардың дамуын анықтайтын теориялық тұжырымдамалар жаңа цифрлық бизнеске қатысты жұмысын тоқтатты. Әр тапсырманы толығырақ қарастырайық.



Сурет 7 - Экономиканың алдындағы қиындықтарды жіктеу

Бизнес үшін әлеуметтік-экономикалық процестерді цифрландырудың негізгі міндеттерінің бірі оның экономикасын өзгерту болып табылады. Желілік революция бизнес шығындарының құрылымын және, тиісінше, пайда алу механизмін түбегейлі өзгертті. Ғаламтордың таралуы, цифрлық технологияларды қолдану ақпарат іздеуге, мәмілелер жасауға, тауарлар мен қызметтерді сатуға арналған транзакциялық шығындардың айтарлықтай төмендеуіне әкеліп соқтырады. Бұған қоса, бұл бизнес үшін нөлдiк шектi трансформация шығындарын қамтамасыз етеді, өйткені цифрлық тауарлардың көшірмелерін жасау және оларды Интернетте тарату дерлік тегін [Moazed, Johnson, 2016; McAfee, Бринжолфсон, 2019]. Цифрлық бизнесті масштабтау, сәйкесінше, пайданың өсуімен бірге жүреді. Егер бұрын компанияның тиімділігі өндіріске (жұмысты ұйымдастыру процесін жақсарту) және өнімді өткізуге (сұранысты қалыптастыру) шығындармен байланысты болса, қазір Интернет транзакциялық шығындарды азайту арқылы жаңа нарықтарға шығу және бизнесті құру шығындарын азайтты.

Келесі міндет - бизнес үлгілерін өзгерту. Желілік революция дәстүрлі желілік бизнес үлгісінен түбегейлі ерекшеленетін жаңа бизнес-модель – платформа-желінің қалыптасуына әкелді. Мұндай модельді қалыптастырудың негізгі себебі цифрлық экономикадағы жаңа шығындар құрылымы болды. Бұл өзгерістер ұйымдардың (иерархиялық құрылымдардың) және нарықтың негізгі белгілерінің қосындысы болып табылатын жаңа типті экономикалық формацияның қалыптасуына әкелді - платформа. Білім беру деректері негізінен орталықтандырылмаған желілер болып табылады. Экономикалық формациялардың жаңа түрі дәстүрлі компанияларды толығымен алмастыра алатын сияқты. Дегенмен, олар өмір сүруді жалғастыруда. Мұның бірнеше себептері бар. Біріншіден, орталықтандырылмаған желілер өздігінен қалыптаспайды және өспейді, бұл компанияны (дәлірек айтқанда, адам) қажет етеді. Екіншіден, транзакциялық шығындар теориясына сәйкес, болашақтағы белгісіздік факторларына, адамдардың шектеулі ұтымдылығы мен шектеулілігіне байланысты толық келісім-шарттар жасау мүмкін болмағандықтан, экономикалық субъект ретінде компаниялар цифрлық экономикада да (орталықтандырылмаған құрылымдар дәуірі) жойылмайды. -бақылаудың қалдық құқықтары [McAfee, Brynjolfson, 2019]. Нәтижесінде бүгінде экономикада толығымен орталықсыздандырылған жүйелер жұмыс істемейді, платформа-желілік бизнес үлгісіне негізделген платформалық компаниялар.

Платформалардың жұмыс істеу механизмі дәстүрлі компаниялардың қызметінен ерекшеленеді (2-кесте), бұл активтер мен шығындардың құрылымына, құнды қалыптастыру факторларына байланысты. Платформалар сыртқы ресурстарға инвестиция салмайды

(физикалық активтер, персонал, мысалы, Uber қызметкерлерінде жүргізушілер мен такси паркттері жоқ, ал Airbnb жылжымайтын мүлікке ие емес), тұтынушылар мен өндірушілер.

Соңғы қиындық – бизнес құндылығының драйверлерін өзгерту. Егер дәстүрлі компаниялар үшін құндылық өндіріс процесінде құрылса, платформалық компаниялар үшін ол тұтынушылар мен өндірушілер арасындағы желілерді (байланыстарды) дамытуға шоғырланған, транзакциялар деп аталады. Жаңа платформалық компаниялар өндіріс орталықтарынан тұтынушылар мен өндірушілер арасындағы алмасу және байланыс орталықтарына айналды. Бизнес құндылығының негізгі драйверлері желі мен транзакцияны басқару саласында шоғырланған, нәтижесінде дәстүрлі дәйекті құн тізбегі бөлек құрамдас бөліктерге ыдырай бастады. Цифрлық экономикада сызықтық құн тізбегі енді цифрлық бизнес құнының агрегаторы емес, бұл функция желілік экожүйеге көшті.

Осылайша, жаңа платформалық компаниялар бизнес-құнды құрудың осы уақытқа дейін басым болған парадигмасына сәйкес келмейді, оған сәйкес бизнес құны активтермен жасалған ақша ағындары арқылы қалыптасады [Брайли, Майерс, 2008]. Дәстүрлі компаниялардың құны олардың физикалық активтері арқылы өлшенеді, бірақ бұл критерийлер бойынша платформалық бизнестің құнын тікелей анықтау мүмкін емес, өйткені оның құндылығы экономикалық агенттер арасындағы транзакцияларды жеңілдетуде жатыр. Осы уақытқа дейін корпоративтік қаржы және бухгалтерлік есеп теориялары желілік әсерлерді және нәтижесінде алынған транзакцияларды құндылық драйверлері мен есеп категорияларының тіліне аудармады.

Кесте 2

Платформалардың жұмыс істеу механизмі

Критерий	Сызықтық	Платформа
Активтер	Физикалық	Материалдық емес (желілік және вирустық әсерлер), сыртқы физикалық активтерге инвестиция салмаңыз
Масштаб әсері, шығындар құрылымы	Шектеулі, өсіп келе жатқан трансформация шығындары	Шексіз, нөлдік шекті трансформация құны
Құндылық драйверлері	Тұрақты. Құн бірінен соң бірі өндірістің әрбір кезеңінде шығындарды бақылау арқылы жасалады	Орталықтандырылмаған (жеткізушілер мен тұтынушылардың өзара әрекеттесуі бұзылған, платформа делдал-үйлестіруші болып табылады). Құн тұтынушылар мен өндірушілер арасында байланыстарды (желі нарығы) құру арқылы қалыптасады

Экономиканың цифрлық трансформациясы экономика ғылымы мен менеджмент үшін қиындықтарға әкеледі, атап айтқанда, экономикадағы технологиялық қайта құрулардың әсерінен қоғамның әлеуметтік-экономикалық институттарында, бизнесті жүргізу жағдайлары мен тәсілдерінде түбегейлі өзгерістер орын алуда. Бұл қиындықтар дәстүрлі экономикалық заңдардың жұмысын тоқтатып, экономикада қызметі дәстүрлі өнімділік көрсеткіштері мен бизнес үлгілеріне сәйкес келмейтін және кейде цифрлық жүйеге дейінгі дәуірде компанияларға қауіп төндіретін жаңа экономикалық құрылымдардың пайда болуы болып табылады. Цифрлық компаниялар әлемдік технологиялық алпауыттарға айналды, экономикалық қуаты жағынан өздерінің өнеркәсіптік предшественниктерін басып озды.

ПАЙДАЛЫНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Александрова Т.В. (2019 ж.). Цифрландыру өнеркәсіптік ұйымдарды басқаруды дамытудың заманауи тенденциясы ретінде. Вестник SUSU. «Экономика және менеджмент» сериясы. Т. 13. No 3. С. 137–144.

2. Блуммарт Т., ван ден Брук С., Колтоф Э. (2019). Төртінші өнеркәсіптік революция және бизнес: бірегейлік дәуірінде қалай бәсекеге түсуге және өсуге болады. Мәскеу: Альпина баспасы.
3. Брэйли Р., Майерс С. (2008). Корпоративтік қаржының принциптері. Мәскеу: Олимп-Бизнес.
4. Говиндаражан В., Раджгопал Ш., Шривастава А. Есепсіз миллиардтаған // Гарвард бизнес шолуы Ресей. 10.08.2018 ж. URL: <https://hbr-russia.ru/biznes-iobshchestvo/ekonomika/777919> (қолданылған күні 18.08.2019).
5. Davenport T., Westerman J. Сандық сәтсіздік // Гарвард бизнес шолуы, 04/11/2018. URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/trendy/p26701> (кіру күні: 22.01.2019).
6. Исмаил С., Мэлоун М., Гиест Ю ван, Диамандис П. (2017). Жарылыс өсімі: неге экспоненциалды ұйымдар сіздікінен он есе өнімді (және бұл туралы не істеу керек). Мәскеу: Альпина баспасы.
7. Кочетков Е.П. (2019 ж.). Экономиканың цифрлық трансформациясы: «ескі» өнеркәсіптік және «жаңа» цифрлық компаниялар арасындағы карама-қайшылық (дағдарысқа қарсы басқару аспектілері) // Экономикалық зерттеулер журналы. № 4, 63–70 беттер.
8. Кочетков Е.П., Романова К.В. (2018 ж.). Жоғары технологиялық компаниялардың қаржылық-экономикалық ерекшеліктері: дағдарысқа қарсы басқару аспектілері // Менеджмент зерттеулері журналы. Т. 4. № 1.
9. McAfee E., Brynjolfson E. (2019). Көлік, платформа, халық. Біздің цифрлық болашағымыз. Мәскеу: Манн, Иванов және Фербер.
10. Мальцев В.А. (2019 ж.). Карл Маркс және үлкен деректер. М.: Отан.
11. Перес К. (2013). Технологиялық революциялар және қаржылық капитал. Көпіршіктердің динамикасы және өркендеу кезеңдері. М: бизнес.
12. Петтингер Т. (2019). Экономиканы бұзу. М.: АСТ.
13. Писано Г. (2020). Шығармашылық құру: Ірі компаниялардағы инновацияларға жүйелі көзқарас. Мәскеу: Альпина баспасы.
14. Попов Е.В. (2019 ж.). Желілік экономикалық өзара әрекеттесулер: монография. М.: Юрайт.
15. Трачук А.В., Линдер Н.В., Тарасов И.В., Налбандян Г.Г., Ховалова Т.В. Кондратюк Т.В., Попов Н.А. (2018 ж.) Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы өнеркәсіптің трансформациясы: монография / өңдеген А.В.Трачук. Санкт-Петербург: нақты экономика.
16. Хоффман Р., Е К. (2019). Блицкалинг: үлкен бизнесті жарық жылдамдығымен қалай құруға болады. Мәскеу: Альпина баспасы.
17. Шеве Г., Хусиг С., Гумерова Г.И., Шаймиева Е.Ш. (2019). Цифрлық экономиканы басқару. Менеджмент 4.0: монография. Мәскеу: КноРус.
18. Хаскел Дж., Вестлейк С. (2018). Капиталсыз капитализм: Материалдық емес экономиканың өркендеуі. Нью-Джерси: Принстон университет баспасөзі.
19. Моazed А., Джонсон Н.Л. (2016). Қазіргі монополиялар: 21 ғасыр экономикасында үстемдік ету үшін не қажет. Нью-Йорк: Сент. Мартин баспасөзі.
20. Статиста. Ақпараттық база. URL: <https://www.statista.com> (кіру күні: 01/10/2020).

СИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ УРБАНИСТИКА

Төрбеков А.Е.

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, ЭЖБЖМ

Менеджмент мамандығының

3 курс студенті

Ғылыми жетекші: Жумагазиева А.Г.

аға оқытушы, МВА

Әрбір адамның ойында маңызды 3 нәрсе болады. Олар: тағам, киім және баспана. Ас - адам дене үшін энергияның, жаңартылатын материалдардың және «құрылыс материалының» көзі болуы; баспана - тұрғылықты жері; киім - адам ағзасын қоршаған ортаның жағымсыз әсерінен қорғауы. Осында баспана мәселесіне келетін болсақ, адам табиғатына байланысты бірігіп жүретін қауым сияқты жаратылыс. Қауым бар жерде баспана болады, ал баспаналар саны арта берсе онда ол тұратын мекен болып табылады. Ал мекендерді зерттеу осы урбанистикаға келіп тіреледі.

Урбанизация – жақсы жұмыс және тұрмыс жағдайын жақсарту мақсатында ауылдан адамдардың көшуі есебінен қалалардың өсуі. Қалалар мен елді мекендер жылдам өзгеретін әлемдік экономиканың орталығында – олар жаһандық экономикалық өсудің себебі мен салдары. Неге бұл қызық деп сұрақ қояр болсаңыз, онда бұны түсіндіру де жеңіл болмақ. Кішкентай баладан қартайған кісіге дейін сіз олардан тұратын мекен жай жайлы сырласасыз. Кішкентай балалардың ойы қала аралағанда қаншама қызығарлық сұрақтар қойып қаланы зерттесе, үлкен кісілер тұрып жатқан қалада нені өзгерту керегін айтып отырады. Бұл мәселе сондықтан өзекті де жан-жақты бола алады.

Урбанизация бизнесті дамыту үшін айқын артықшылықтар мен мүмкіндіктерді қамтамасыз етеді, ол әлеуетті тұтынушылардың шоғырлануынан, өнімдер мен қызметтердің анағұрлым әртүрлі спектріне сұраныстың болуынан тұрады, бұл адамдық, қаржылық және ақпараттық ресурстардың жинақталуы ретінде өндірісті интенсификациялауға және дамудың жаңа бағытын іздеуге әкеледі. Сонымен қатар, қала экономикасының барлық салаларын дамытуға ықпал етеді: құрылыс секторы, металлургия, машина жасау, автомобиль жасау, қызмет көрсету, банк ісі, ақпараттық технологиялар, БАҚ және т.б. теріс тенденцияларға толы бақылаусыз урбанизация. Осыған байланысты, ең қолайлы қалалық ортаны құру үшін жаңа технологиялар мен инновацияларды пайдалана отырып, жоспарлау қажеттілігін түсіну маңызды.

Бүкіл әлемде қалалар өсіп келеді, өйткені адамдар жұмыс, жақсы өмір сүру мүмкіндіктері және балаларының жақсы болашағы үшін ауылдан көшіп жатыр. Адамзат тарихында алғаш рет жер шары халқының басым бөлігі қалаларда тұрады. Үш миллиард адам – әлем халқының жартысы – қалаларда тұрады, болжам бойынша 2050 жылға қарай әлем тұрғындарының үштен екісі қалаларда тұратын болады (1800 жылы қалада халықтың 2%-ы ғана өмір сүрді. 1950 жылы әлем халқының 30%-ы ғана қала тұрғындары болып саналды).

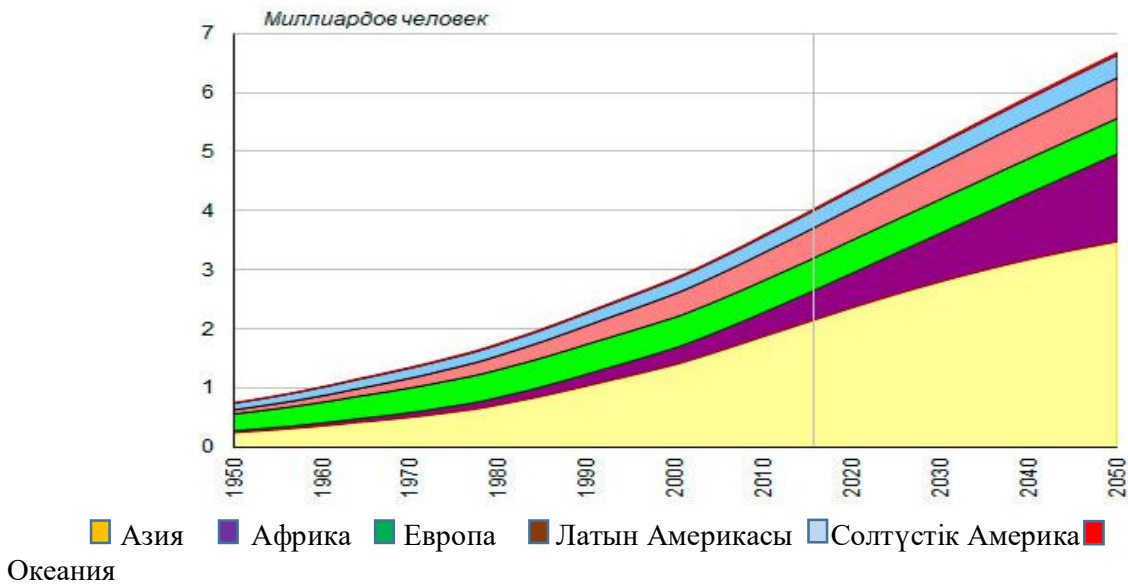
Күн сайын шамамен 180 000 адам қалаларға көшеді. Дамушы елдерде қала халқы жыл сайын 60 миллион адамға толығыады. Қала тұрғындарының мұндай өсу деңгейі алдағы 30 жылда сақталады. Африка мен Азиядағы көптеген қалалар алдағы 15-20 жылда екі есе ұлғаяды. Урбанизация барлық жерде жүріп жатыр, бірақ планетаның барлық аймақтарында бірдей қарқынмен емес.

Гонконг, Сингапур, Кувейт, Монако, Науру урбанизация бойынша әлемдік елдердің рейтингінде жетекші орындарға ие. Бұл елдерде халықтың 100 пайызы қалаларда тұрады. Рейтинг 195 елдегі урбанизацияны бағалайды. Қазақстан 2020 жылы 104-ші орынды иеленді. Орталық Азия аймағында Қазақстан ең урбандалған ел болып табылады.

Кесте 1

Аймақтар бойынша урбанизация көрсеткіштері [6]

Солтүстік Америка	Латын Америкасы және Кариб бассейні	Еуропа	Океания	Азия	Африка
82%	81%	74%	68%	50%	43%



Сурет 1 - Дүние жүзінің негізгі географиялық аймақтары бойынша қала халқы, 1950-2050 жж., миллиард адам

Алматы қаласында тұратын адамдар тау бөктерінде немесе Әл-Фараби көшесінен жоғары тұруды қалайды. Өйткені Колин Элард айтып өткендей, адам баласы міндетті түрде табиғатқа тартылады да тұрады дейді. Ал ол мекендер, бізде табиғатқа жақын мекендер. Урбанистика жас ғылымдардың ішінде десек те болады. Алғаш құрама штаттарда пайда болып, уақыт өте Еуропа пен Океания елдеріне өтті. ТМД елдеріне кешірек кірді. Ресей Федерациясының өзіне урбанистикаға ресми түрде 2003 жылы 6 қазанда заң қабылданды.

Сити менеджер (қала меңгерушісі) муниципалды әкімшіліктің басшысы болып табылады, күнделікті тапсырмалармен айналысады және қалалық кеңеспен келісім-шарт бойынша жұмыс істейді.

Инфрақұрылым дамығаннан гөрі қала халқы жылдам өсуде.

Көптеген қалалық аудандар ауылдың құлдырауы есебінен өсіп, кедейленген ауыл тұрғындарын жұмыс іздеп қалаларға көшуге мәжбүр етеді. Әдетте жаңадан келгендер қоныстандырудың мақсатын таба алмай, қалалық кедейлерге айналады. Қалаға көшкен кезде олар жиі келесі мәселелерге тап болады:

- тұрғын үйдің болмауы.

- үйлердің жоқтығынан қоныстанушылар көбінесе қаланың шетінде, әдетте мемлекет меншігіндегі жерлерге баспаналар салады. Бұл жерлер, әдетте, тұруға жарамсыз және қауіпті. Бұл жайылмалар мен өзен жағалаулары, тік беткейлер және мелиорациядан кейінгі жерлер. Қажетті инфрақұрылымның болмауы. Жарықсыз, сусыз, кәрізсіз, жолсыз және басқа да инженерлік желілерсіз өмір сүретін қараңғы аудандардың тұрғындары жиі кездеседі.

- меншік құқығының болмауы. Қараңғы үйлердің тұрғындары заңсыз немесе тіркелмеген қала тұрғындары болғандықтан, өздері алып жатқан жерге меншік құқығы жоқ, бұл жерді несиеге кепіл ретінде пайдалану мүмкін емес.

Соңғы 50 жылда кедейлер саны 35 миллионнан 900 миллионға дейін өсті. Алдағы 30 жылда ол екі есеге артуы мүмкін. Африка мен Оңтүстік Азиядағы қала тұрғындарының көпшілігін қараңғы аудандарда тұратындар құрайды. Кейбір деректерге қарағанда, 2035 жылға қарай әлемдегі кедейлердің жартысынан көбі қалаларда тұрады. Шала тұрғындарының ауруға шалдығу қаупі жоғары. Пісіру кезінде тазартылмаған отынды жағу, қарапайым пештерді пайдалану және су мен санитарияға шектеулі қол жетімділіктен туындаған ластанудан зардап шегуден басқа, олар ластанған қала ауасы, пайдаланылған түтіндер және өнеркәсіптік шығарындылар сияқты заманауи экологиялық қауіптерге тап болуы керек.

Қалалардың өсуімен экологиялық проблемалардың саны артады, қалалардағы ауа сапасының нашарлауы. Жыл сайын бір миллион адам қалалық ауаның ластануынан өледі.

Көлік құралдарының көбеюі, бұл жолдардың кептелуіне және жол-көлік оқиғаларының көбеюіне әкеледі. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының мәліметі бойынша, жыл сайын дамушы елдерде 500 000 адам жол-көлік апатынан қаза тауып, 15 миллион адам жарақат алады. Зардап шеккендердің көпшілігі кедейлер арасындағы жаяу жүргіншілер мен велосипедшілер. Жазатайым жағдайлардан аман қалған адамдар жиі мүгедек болып қалады. Мысалы, Бангладеште аурухана төсектерінің 50%-ға жуығын жол-көлік оқиғасының құрбандары алып жатыр.

Кесте 2

Қала аумағы бойынша халық саны мен ауданы

№	Қала	Мемлекет	Халық саны (БҰҰ 2018)	Халық саны	Шаршы
1	Токио	Жапония	37 400 068	38 505 000	8223
2	Дели	Индия	28 514 000	28 125 000	2240
3	Шанхай	Қытай	25 582 000	22 125 000	4015
4	Сан- Паулу	Бразилия	21 650 000	20 935 000	3043
5	Мехико	Мексика	21 581 000	20 395 000	2370
6	Каир	Египет	20 076 000	16 925 000	1917
7	Мумбаи	Индия	19 980 000	23 645 000	881
8	Пекин	Қытай	19 618 000	19 430 000	4144
9	Дакка	Индия	19 578 000	18 595 000	453
10	Осака	Жапония	19 281 000	17 150 000	3004
11	Нью-Йорк	АҚШ	18 819 000	21 045 000	11875
12	Карачи	Пәкістан	15 400 000	16 900 000	1036
13	Буэнос –Айрес	Аргентина	14 967 000	15 130 000	3212
14	Чунцин	Қытай	14 838 000	8 300 000	1489
15	Стамбул	Туркия	14 751 000	13 860 000	1360
16	Калькутта	Үндістан	14 681 000	15 215 000	1347
17	Манила	Филиппины	13 482 000	25 065 000	1813
18	Лагос	Нигерия	13 463 000	14 630 000	1943
19	Рио-де-Жанейро	Бразилия	13 293 000	12 070 000	1917
20	Тяньцзинь	Қытай	13 215 000	13 035 000	2771

Ескерту: Әдебиет [6] негізінде автормен жасалған

Колумбия университетінің Жер институтының директоры Джеффри Сакстың айтуынша, бүкіл әлем қалалары барлық қала тұрғындары үшін қолайлы өмір сүру жағдайларын қамтамасыз ететін үш стратегиялық бағыт бойынша қозғалуы керек:

1. Жақсы жобаланған су және кәріз жүйелерін, сондай-ақ қоғамдық көлік пен денсаулық сақтау жүйелерін қамтитын қала құрылысы.

2. Қаланың даму стратегиясы, яғни белгілі бір аймақтағы жағдайларды ескере отырып, мақсаттарды белгілеу.

3. Қала басшылығы.

Жергілікті көшбасшылар мен халықаралық даму сарапшылары келесі сұрақтарға жауап іздеуде: «Бұл жаңа қала тұрғындары қайда тұрады? Олар қандай жерді пайдалануы керек? Балалары қандай мектептерге барады? Олар суды қайдан алады? Қоқыс қалай жиналады? Олар қайда дауыс беруі керек? Оларды кім қорғайды?»

Халықаралық агенттіктер де осы мақсаттарға жету үшін кедей елдермен жұмыс істейді:

- жолдарды, тұрғын үйлерді, электр, су және кәріз желілерін, мектептер мен ауруханаларды қоса алғанда, тиісті инфрақұрылымды құру;

- қауіпті елді мекендер орнында заңды елді мекендер құру;

- қалалық басқаруды күшейту;

- кедейлердің өмірін жақсарту және теңдікті насихаттау.

Қазірде Қазақстанда да өрескел мәселелер алып жатыр десек та болады. Алматы, Астана және Шымкент сияқты миллионер қалалардан басқа еңбекшіл қалаларда аса қауіпті аймақтарға айналды және онда өмір сүру бара-бара қиындап жатыр.

Одан бөлек халықтың тұрғылықты өмірі мен өмір сүруі қиындап жатыр. Осындай қиын проблемаларды шешу тек әкімшілік істейді деп сеніп отыру қате түсінік деп ойлаймын. Әр қызмет өзінің саласымен істесе ондай қатты мәселелер болмас еді деп өз пікірімді білдіргіміз келеді. Сол секілді, сити менеджерлер Қазақстанда орнын тауып, қала құрылысы мен соған қатысты мәселелерді шешіп, адамдардың тұру деңгейін көтеріп, елдегі халықты байыта алу деңгейін көтере алады деген сенімдеміз. Халықтың елге деген сүйіспеншілігін қалада тұратын бақытты адамдар ғана жеткізе алады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:

1. Коллин Эллард. Среда обитания кітабынан
2. [БҰҰ тұрақты даму әрекетіне ықпал ететін жаһандық көп мүдделі платформа сайтынан урбандалу тарауы сілтемесі: https://www.un.org/ru/youthink/urbanization.shtml](https://www.un.org/ru/youthink/urbanization.shtml)
3. [Қазақстан 2050 сайтындағы қалануға тиіс талаптардың бірі жайында сілтеме: https://strategy2050.kz/ru/news/urbanizatsiya-v-kazakhstane-progressivnoe-razvitiie/](https://strategy2050.kz/ru/news/urbanizatsiya-v-kazakhstane-progressivnoe-razvitiie/)
4. [Ауаның ластануының 3D анимациялық картасы сілтемесі: https://www.iqair.com/ru/world-most-polluted-cities](https://www.iqair.com/ru/world-most-polluted-cities)
5. [Қазақстан Республикасының Премьер-Министрі сайтынан қала халқы жайында ақпараттар сілтемесі: https://primeminister.kz/ru/news/v-rk-k-2050-godu-dolja-gorodskogo-naselenija-vyrastet-do-70-b-zhamishev-](https://primeminister.kz/ru/news/v-rk-k-2050-godu-dolja-gorodskogo-naselenija-vyrastet-do-70-b-zhamishev-)
6. https://www.statdata.ru/largestcities_world

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОВЫШЕНИЯ РОЛИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БИЗНЕСЕ

Абдиев Д. О.

Кокандский государственный педагогический институт
Школьный менеджмент студент 3^{го} курса

Научный руководитель: Раджабова Г. У.
доцент кафедры «Школьный менеджмент»

Введение

В процессе глобализации информационные технологии стали неотъемлемой частью повседневной жизни современного общества. На сегодняшний день информационные технологии являются одним из важнейших факторов производства, они вызвали изменения в научной сфере и сформировали новое понятие - «цифровая экономика», основным объектом которой является информационно-технологическое обеспечение различных экономических процессов.

Одной из основных особенностей цифровой экономики является конвергенция технологий из одного сектора в другой и тенденции как прорывных, так и интеграционных технологий в цифровой экономике и ее промышленной трансформации [8], ее связь с интеллектуальной мобильностью и с инновациями. [9].

Поэтому в условиях современной все более развивающейся цифровой экономики невозможно эффективно наладить бизнес-процессы, свободно конкурировать на рынке, а главное, добиться экономического роста за счет снижения издержек без использования современных информационных технологий. Поэтому важно проводить анализы и исследования в этом направлении.

Анализ литературы по теме

В рамках выбранного направления исследований недостаточно изучено влияние информационных технологий на развитие и устойчивость бизнеса. В то же время следует

отметить, что каждое из исследований по указанной теме широко освещено в научной литературе.

Известно, что аналитические агентства и международные организации занимаются вопросами цифровизации и устойчивого развития. Серьезной проблемой в исследованиях оцифровки является расплывчатое определение термина и взаимозаменяемость понятий. На эти вопросы ответили российские исследователи В. Дравиц, А. Курбацкий [2], А.А. Крюкова [3], С.А. Он раскрыт в работах Толкачева [7] и ряда других авторов.

Попытки разработать определение понятия «цифровизация» присутствуют также в исследованиях зарубежных и российских авторов. Например, Мин Цзэн [6], Е.В.Майминов, Т.А. Пузини [4] среди них. Кроме того, узбекские ученые С.Гуломов, Р.Аюпов, А.Бобожонов и М.Абдуллаев также коснулись этого понятия в своих работах и статьях по цифровой экономике и дали ряд определений.

В связи с этим целью данного исследования является изучение современных тенденций повышения роли информационных технологий в бизнесе, и в рамках статьи используются такие методы исследования, как сравнение, анализ и синтез.

Результаты исследований

Информационные технологии — это не что иное, как процесс, использующий различные механизмы и методы сбора и обработки различных данных для получения информации. Использование современных информационных технологий «положительно влияет на уровень конкурентоспособности бизнес-структур, значительно снижает транзакционные издержки, которые в европейских компаниях составляют около 50%, а в отечественных компаниях этот показатель еще выше» [4].

В 2020 году по указу Президента Республики Узбекистан разработана и реализуется программа «Цифровая экономика – 2030». Данная стратегия предусматривает цель обеспечения опережающего цифрового развития отраслей экономики, социальной сферы и системы государственного управления, в том числе дальнейшее совершенствование механизмов предоставления электронных государственных услуг. [10] Данная программа предусматривает одновременно несколько направлений развития:

- во-первых, приоритетные направления развития цифровой инфраструктуры;
- во-вторых, приоритетные направления развития электронного правительства;
- в-третьих, приоритетные направления развития цифровой экономики;
- в-четвертых, приоритетные направления развития национального рынка цифровых технологий;
- в-пятых, приоритетные направления образования и подготовки кадров в области информационных технологий;
- в-шестых, развитие технологий умного города и цифрового здравоохранения.

Как видите, эта программа охватывает массу вопросов, которые так или иначе влияют на использование информационных технологий в бизнесе.

Ожидается, что развитие бизнеса на основе использования компьютерных сетей, компьютерных и облачных технологий ускорит развитие экономики отдельных стран или регионов мира, но в настоящее время текущие и ожидаемые темпы экономического роста в странах не значительно увеличат скорость освоения производства и скорость освоения (рис. 1).

Стоит отметить, что с 2015 года активизация компьютеризации экономики, наблюдаемая во всех развитых странах мира, и рост и экспансия сетевых компаний по всему миру, не повлияли на темпы экономического роста в отдельные страны.



Рисунок 1 - Динамика ВВП, % (данные на январь 2020 г.) [Всемирный банк, 2021г.] [1]

Динамика экономического роста, представленная на рисунке, показывает, что, по данным Всемирного банка, в период с 2016 по 2018 годы темпы экономического роста мировой экономики находились в пределах от 2,6% до 3,0%, то есть интервал составлял всего 0,4%. Прогнозы роста мировой экономики на 2020–2022 годы составляют 2,5%, 2,6% и 2,7% соответственно по сравнению с 3% в 2018 году. Наиболее высокие темпы роста в прошлые периоды характерны для экономики США: они достигли 2,4 и 2,9% в 2017 и 2018 годах соответственно. По прогнозам Всемирного банка, эти показатели снизятся до 1,8 процента в 2020 году и 1,7 процента в 2021 и 2022 годах, что означает незначительное снижение по сравнению с 2016-2019 годами. Темпы роста японской экономики также почти не изменились за рассматриваемые четыре года, за исключением 2017 года. По прогнозам Всемирного банка, в 2020-2022 гг. Будущие темпы роста ВВП Японии составят менее 1%.

Понятно, что перевод инструментов рынка ценных бумаг в электронную форму не привел к существенному повышению доходности операций на таких рынках, а формирование и развитие рассматриваемых процессов в различных отраслях и секторах народного хозяйства еще не произошло, оказало существенное влияние на темпы роста отдельных стран и мировой экономики. Хотя это упростило управление портфелем ценных бумаг, оно привело к внедрению торговых роботов, снижению затрат и времени, затрачиваемого на перевод активов из одного региона мира в другой. Могут быть и другие ограничения экономического роста. Влияние этих процессов может и не играть очень важной роли, но и оно требует специального анализа.

Цифровизация экономики – это современный этап научно-технического развития, заключающийся во внедрении в реальную экономическую практику отдельных видов инноваций. Узнать о влиянии широкого внедрения инноваций в различных отраслях экономики на экономический рост можно, проанализировав их специфические характеристики и виды в разные периоды. Если обратить внимание на инновации второй половины XX века, то можно заметить, что они касаются в основном товарной продукции. В то время можно было наблюдать такие вещи, как космические ракеты и атомные электростанции, появление и внедрение в производство различных поколений компьютеров и мобильных телефонов, совершенствование технологии производства (от производства химических волокон и тканей до производство самолетов, автомобилей и др.). Расширение знаний в различных областях позволило развивать текущее производство и выпуск новых продуктов, которые постоянно играют роль конкурентоспособных товаров и стимулируют производство.

В первом десятилетии XXI века инновации в продуктах распространились по всему миру. Это смартфоны, планшеты, гаджеты, цифровые платформы и другие инновации,

давшие технические возможности для развития процессов цифровизации в цифровой экономике и социальной сфере благодаря Интернету. Однако в конце 2000-х – начале 2010-х годов все больше внимания уделялось инновациям в области хранения, передачи и обработки информации. Постоянно появляются виды предприятий, специализирующихся на такой деятельности и доходы которых не связаны с производством или выпуском дополнительной продукции. Этот вид инноваций не является случайностью, связанной с процессами — даже предприятия начинают анализировать с точки зрения бизнес-процессов.

Главная особенность современных технологических новшеств заключается в том, что их использование в бизнесе в первую очередь снижает или экономит затраты на определенный вид деятельности, позволяет обрабатывать большие объемы данных, передавать их в режиме реального времени на большие расстояния. Но такие процессные инновации не приводят к росту и расширению производства ни в одном бизнесе, то есть не являются прямым и непосредственным фактором роста ВВП.

Процессные инновации позволяют сетевым предприятиям распространять и перераспределять информацию и предоставлять нематериальные услуги, которые не создают ценности. В этом смысле они могут привести к сокращению или замедлению экономического роста, выраженного в показателях роста ВВП. Взаимосвязь между продуктовыми и процессными инновациями и экономическим развитием показана на рис.

В настоящее время расширение и распространение знаний как неконкурентоспособных товаров, с одной стороны, может не сказаться на развитии производства и экономическом росте, с другой стороны, может привести к увеличению доходов от увеличения производства за счет широкого использования уже проверенные результаты исследований и разработок.



Рисунок 2 - Влияние продуктовых и технологических инноваций на экономическое развитие
 Источник: Авторская разработка на основе исследований.

Влияние распространения знаний в эпоху Интернета, развитие сетевых технологий и использование цифровых платформ значительно расширяют возможности решения задач, связанных с реализацией исследований и разработок как современного сетевого бизнеса, так и бизнеса в реальном секторе экономики. Экономика. При этом используются знания и навыки не только работников соответствующей экономической организации, но и широкого

круга лиц, привлекаемых к выполнению определенных задач на основе открытого конкурса или краудсорсинга[3].

Важно иметь в виду, что в настоящее время в различных областях разрабатываются инновации в робототехнике, 3D-принтерах, новых материалах, цифровых платформах и других подобных областях. Такие изменения требуют больших капиталовложений, привлечения высококвалифицированных специалистов и значительных инвестиций в разработку продукта и маркетинг. Создание конкурентоспособных товаров все же может служить определенным фактором экономического роста.

Электронная коммерция, облачные технологии и интернет-сервисы быстро развиваются, так как часто не требуют больших капиталовложений.

В целом, широкое развитие и применение технологических новшеств, создание и широкое распространение хозяйствующих субъектов, действующих на их основе, являются последствиями мирового экономического кризиса 2008 г., долговых кризисов в ряде стран, проблем финансового рынка и др., в том числе факторы, препятствующие экономическому росту, могут быть одними.

Цифровизация экономики приводит к значительному развитию бизнеса на основе компьютерных и информационных технологий.

Основы Интернета хорошо освещены в работах Т. Беренс-Ли. В 1991 году в Европейском центре ядерных исследований (CERN) недалеко от Женевы Т. Беренс-Ли спроектировал и разработал первый в мире веб-сервер, веб-сайт и браузер.

Позже он создал формы интернет-адресов и интернет-протоколов, условия пакетной передачи данных и другие формы, определяющие работу Интернета, в том числе спецификации URL, HTTP, HTML, www. Эти разработки с согласия Т. Беренса-Ли, отказавшегося от патентования результатов своей работы, и с помощью Р. Кайо CERN были переданы в общественное достояние для свободного использования любым лицом.

Все это позволяет современному бизнесу платить только за доступ к сетевым данным. В результате компьютерные сетевые платформы стали самым важным ресурсом для современного интернет-бизнеса. Отдельные компании создают их для себя, но многие используют существующие платформы в системе облачных технологий, что позволяет значительно сэкономить капитал, необходимый для создания и управления сетевым или коммуникационным бизнесом.

Заключения

Работа в системе информационных технологий предполагает оцифровку реальных активов. Это означает, что каждый актив имеет двойственную форму учета: во-первых, он существует как реальный актив, правильное использование которого позволяет получать доход за счет определенных операций на реальном рынке; во-вторых, он доступен в виде электронной записи, с которой можно совершать сделки и зарабатывать.

Несомненным преимуществом информационных технологий является то, что они обеспечивают быстрый доступ к той или иной необходимой информации, позволяют осуществлять поиск информации по различным параметрам. В то же время большое количество пользователей может получить доступ к данным одновременно.

Таким образом, можно сделать вывод, что цифровая экономика представляет собой новый этап развития экономических процессов, а ее основу составляет единство материальных и цифровых объектов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. URL Всемирного банка:
<https://www.vsemirnyjbank.org/ru/publication/globaleconomicprospects> (20.01.2021).
2. Дравица В., Курбацкий А. Промышленная революция «Индустрия 4.0» / В. Дравица, А. Курбацкий // Наука и инновации. – 2016. – № 3 (157). - С. 13–16
3. Крюкова А.А., Михаленко Ю.А. Инструменты цифровой экономики – А.А. Крюкова, Ю.А. Михаленко // Карельский научный журнал. – 2017. – №3. - С. 108–111.

4. Маймина Е.В., Пузыня Т.А. Особенности и тенденции развития цифровой экономики / Е.В. Маймина, Т.А. Пузыня // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – № 6 (67). - С. 37–45
5. Маркова Б.Д. Цифровая экономика: Учебник - М.: ИНФА-М, 2018 - 186 с.
6. Мин Цзэн. Умный бизнес: как успех-компания Alibaba прикрывает о будущем стратегии // Московская школа управления «Сколково», 2018. – URL: <http://trends.skolkovo.ru/2018/09/> (12.05.2021).
7. Толкачева С.А., Михайлова П.Ю. Цифровая трансформация производства на основе промышленного интернета вещей / С.А. Толкачев [и др.] // Экономическое возрождение России. – 2017. – № 3 (53). - С. 79–88
8. Acatech STUDY Industrie 4.0 in a Global Context .Strategies for Cooperating with International Partners. Henning Kagermann, Reiner Anderl, Jürgen Gausemeier, Günther Schuh, Wolfgang Wahlster (Eds.). 2016
9. Kupriyanovsky V. et al. Industries transformation in the digital economy–the ecosystem and life cycle //International Journal of Open Information Technologies. – 2017. – Т. 5. – №. 1. – С. 34
11. Кишкочев Ю.П. Современные тенденции возрастания роли информационных технологий в бизнесе // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Том 11. № 5А. С. 143-150.
12. S.G‘ulomov. “Raqqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari”.-49. 10. <https://lex.uz/docs/5030957>
13. http://iqtisodiyot.tsue.uz/sites/default/files/maqolalar/38_Abdullayev_Rizayeva.pdf

ЗУМЕРЫ ВНЕ ОФИСА: ВЛИЯНИЕ КОВОРКИНГОВ НА ЭКОНОМИКУ ГОСУДАРСТВА

Корзинина В.В.

Тверской филиал РАНХиГС,
государственное и муниципальное управление,
студентка 2-го курса

Научный руководитель: Макунина И.В.

заведующий кафедрой экономики и менеджмента,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и менеджмента
Тверского филиала РАНХиГС

Аннотация

В данной статье описана роль влияние коронавирусной инфекции на популяризацию современной системы организации удаленной работы вне офиса в виде коворкингов и виртуальных офисов. Автор анализирует уникальную роль поколения Z как трудового ресурса в становления цифровой экономики и современного общества. Также сделана попытка формулирования вывода о связи IT профессий с актуальными политическими событиями.

Ключевые слова: зумеры, поколение Z, удаленная работа, пандемия, коворкинг, экономика, офис, цифровое общество, цифровизация.

В современном мире важную роль играет человеческий капитал. Он представляет собой совокупность множества критериев: образования, интеллекта и навыков работника, его опыт. Трудовые ресурсы напрямую связаны с экономическим ростом государства. Важную роль играет возраст сотрудников, чтобы убедиться в этом, рассмотрим идею теории поколений, которую выделил немецкий социолог Карл Мангейм в 1928 году. Автор отмечает, что люди родившиеся с разрывом в 20 лет имеют отличительные друг от друга ценности и мотивацию, что отражается на подходе к процессу труда.

В рамках исследования рассмотрим поколение Z или зумеров, т.е. людейродившихся в 2000-2017 годах. Для них привычна жизнь в условиях цифровизации, ведь смартфоны и доступ в сеть Интернет являются знакомыми буквально с рождения. Выделяют следующие

отличительные признаки поколения - потребность в постоянном развитии и заработке через социальные сети. Рассмотрим, как на протяжении нескольких лет менялся спрос на удаленный вид занятости. В 2019 году эксперты Всероссийского научно-исследовательского института Минтруда РФ и государственного университета города Санкт-Петербург провели исследование среди совершеннолетних граждан страны с целью изучения их интересов. Результаты были совершенно логичны - более половины опрошенных (56%) заинтересованы в свободной занятости. В это число входит круг таких профессий как фрилансер, самозанятый или управляющих собственным бизнесом. Проведем сравнительный анализ изменения ситуации на рынке труда. В 2022 году сервис для поиска работы SuperJob на основе статистики собственного сайта заявляет, что у молодых жителей нашей страны еще более востребованными стали вакансии с удаленной занятостью. Какова причина увеличения интереса? Особым фактором явилась пандемия COVID-19, когда в мае 2020 года Президент РФ В.В. Путин сообщил о переходе рабочих кадров страны на дистанционный режим работы. Тогда люди заметили множество преимуществ: сократилось социальное и иерархическое неравенство, снизились затраты на транспорт и питание, уменьшилось количество отвлекающих факторов. После окончания изоляции часть сотрудников приняли для себя решение продолжать трудиться в онлайн формате, в связи с этим Президентом был подписан Федеральный закон от 08.12.2020 № 407-ФЗ "О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части регулирования дистанционной (удаленной) работы и временного перевода работника на дистанционную (удаленную) работу по инициативе работодателя в исключительных случаях". Он детализирует, что работодатель может перевести сотрудника на удаленную форму труда без согласования, при этом при использовании собственной техники - компания возмещает человеку затраты. Для разграничения временной и постоянной дистанционной работы при заключении трудового договора максимальный срок первой ограничивается до полугода. Неизменно одно, работодатель будет требовать выполнения всех заданий в срок.

Каждый из нас воспринимает дом как уютное место для отдыха, в котором невольно расслабляешься. Каким образом быть продуктивным, работая дистанционно? На помощь приходят коворкинги, которые приобрели особую популярность в мире. Термин представляет собой офисную площадь, которая оборудована всем необходимым для работы, а места в данном пространстве сдаются в аренду любому желающему. Основная аудитория арендаторов представлена копирайтерами, фрилансерами, программистами и маркетологами. История становления и развития данной концепции начинается в 1989 году, когда компания Regus из Брюссели впервые организовала сеть секций с системой незакрепленных рабочих мест и возможностью командного использования офиса. Однако, коворкинг современного понимания был представлен и принят массами активно лишь через 17 лет в Сан-Франциско в 2006 год. Таким образом, феномен получила широкое распространение.

Рассмотрим преимущества коворкинга, которые подталкивают зумеров использовать его ежемесячно. Прежде всего, атмосфера в данном офисе, она располагает к эффективной работе поскольку отсутствуют отвлекающие факторы. Происходит некая самоизоляция работником самого себя от бытовых проблем, что крайне необходимо для поколения Z, ведь по статистике они страдают короткой продолжительностью концентрации внимания. В зонах отдыха есть возможность завести новые знакомства с представителями других компаний и профессий. В их рамках генерируются совместные уникальные идеи и создаются проекты. Важную роль играет эффект синергии, который описал русский невролог и психиатр В.М.Бехтерев: групповая работа по эффективности превосходит индивидуальную благодаря прибавочной интеллектуальной энергии. Иначе говоря, данный эффект можно описать математически как $1+1=3$. Многие работники выделяют отсутствие контроля сверху, что исключает стресс и делает рабочий процесс комфортнее. Однако, у системы коворкинга существуют и свои недостатки. К ним можно отнести оплату помещения, ведь по сравнению с работой из дома это является существенной затратой. Так же, многие люди с трудом адаптируются к нахождению рядом с незнакомыми людьми в рамках единого пространства,

ведь поведение каждого из нас существенно отличается. Придется мириться и с шумом, ведь разговоры соседа по телефону могут нарушить ваше внимание. Часто на этом фоне происходят разногласия между арендаторами. Таким образом, коворкинг - достойная замена офисной работе, ведь его плюсы очевидны для поколения зумеров.

Система коворкингов в России взяла активный старт в 2008 году в связи с ростом малого и среднего бизнеса и по сегодняшний день развивается, но далека от идеала. Главной причиной является искаженное отношение людей к пространствам, ведь многие считали его уделом хипстеров. Однако, во время пандемии целевая аудитория поменялась и жители России оценили преимущества данных пространств. Многие компании-гиганты такие как Яндекс, Тинькофф, Ситимобил задумались о сокращении затрат на аренду с помощью уменьшения арендуемых территорий и делегировании работы в хозяйственной области арендодателю, в результате чего переехали в коворкинги.

Коворкинг является результатом изменения социальной реальности и последствием цифровизации, в ходе которого сформировался феномен цифрового общества. Характеризуется он лидирующим положением такого экономического ресурса как информации, а большинство людских кадров занято её производством, хранением и реализацией. Перед людьми открывается уникальная возможность иметь доступ к любой информации за короткий срок.

Рассмотрим влияние на экономику России такого представителя коворкинга, как SMM-менеджера, как правило человека в возрасте 18-25 лет, относящегося к поколению Z. Главная задача этого специалиста - продвижение товаров, услуг или брендов через социальные сети. В современном обществе в подобных услугах заинтересованы не только представители бизнеса, но и органы государственной власти. Потребность в формировании виртуального имиджа, а также в повышении степени информированности граждан о работе ведомств в Интернете возникла давно. Связано это с Концепцией открытости федеральных органов исполнительной власти, утвержденной Правительством Российской Федерации от 30 января 2014 г. Однако, начало активной работы в сети было замечено лишь год назад, когда Президент подписал Федеральный закон от 14 июля 2022 г. №270-ФЗ, где обязал все органы публиковать в официальных сообществах в социальных сетях следующую информацию: отчеты о проведенных мероприятиях, комментарии по актуальным вопросам и другое.

В связи с этим SMM-специалиста стали еще более востребованы. Они отвечают на обращения и жалобы из комментариев, а далее передают их компетентным специалистам для решения. Такая система способствует более быстрой помощи людям с целью нейтрализации негатива. Следующей обязанностью является написание полезных постов для граждан, с помощью которых они могут узнать нюансы получения государственных услуг, например социального вычета на занятия спортом. В данном случае, близость к виртуальной реальности становится для зумеров конкурентоспособным преимуществом и помогает быстро выполнять поставленные руководителем задачи, находить их неординарные решения. Можно сказать, что SMM-специалист способствует развитию социальной сферы общества. Его работа хоть и не трудная, но требующая концентрации внимания, в чем содействует коворкинг.

Удаленная работа в коворкингах порождает всплеск популярности виртуальных офисов. Под этим термином понимается общий облачный сервис, в рамках которого возможна как персональная, так и одновременная групповая деятельность, в том числе операции с информацией. Как правило, такую систему используют крупные компании, имеющие филиалы и представительства в разных городах и странах для которых важна эффективная коммуникация. Рассмотрим на примере такого высшего учебного заведения как Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации: у организации существует собственный сайт, у каждого из филиалов есть доступ в личные кабинеты внутри него. Там представлены библиотечные ресурсы, возможность тестирования для проверки качества усвоения учебного материала, личное портфолио каждого преподавателя и другое. С помощью данного инструмента информацией

может владеть как студенческий, так и руководящий состав. Явными преимуществами системы является абсолютная автоматизация процессов, в рамках которых исключаются негативные последствия человеческого фактора, такие как срыв сроков подачи отчетов или потеря важных договоров. Быстрое масштабирование бизнеса становится реальным и быстрым за счет единой консоли управления, что удобно в случае потребности изменения числа подчиненных или переноса филиалов. Постоянное обновление программного обеспечения залог - залог эффективности, система виртуального офиса освобождает руководство от забот в этом направлении.

Таким образом, положительными чертами цифровизации являются повышение уровня жизни граждан, производительности труда, увеличение научной активности общества. Этому же мнению придерживается Президент РФ В.В. Путин в диалоге с рабочими во время посещения Улан-Удэнского авиазавода: «Мыкратно повысили свой экономический суверенитет». Действительно, Россия в минувшем году прошла один из важнейших и судьбоносных этапов развития. Не стоит отрицать в этом заслугу наших «цифровых людей» - поколение Z. Ведь представители ИТ сферы активно трудятся над предупреждение хакерских атак, борьбой с инфо-диверсантами, выявление иностранных агентов в социальных сетях, что делает жизнь граждан страны спокойнее и приближает достижение целей специальной военной операции на Украине.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Человеческий капитал: проблемы измерения и роста в российской экономике: монография / Е. Н. Сочнева; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск: СФУ, 2016. - 188 с.

2. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. 2-е изд., доп. и испр. М., 2010

3. Мифы о «поколении Z» / Н. В. Богачева, Е. В. Сивак; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2019. — 64 с. — 200 экз. — (Современная аналитика образования. № 1 (22))

4. Образ жизни: как коронавирус изменил повседневность / Рук. авт. колл. А.А. Ослон; А.И. Боброва, К.П. Глазков, Е.С. Закутина, Г.Л. Кертман, И.Г. Осипова, А.С. Рейнюк. - М.: Институт Фонда Общественное Мнение (инФОМ), 2022. - 216 с.

5. Инновационный маркетинг : учебник / И.А. Красюк, С.М. Крымов, Г.Г. Иванов, М.В. Кольган. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. - 170 с.: ил.

6. Цифровая экономика: социально-экономические и управленческие аспекты: Коллективная монография / Е.В. Камнева [и др.] под ред. Е.В. Камневой, М.М. Симоновой, М.В. Полевой. - М.: Прометей, 2019. - 172 с.

7. Добринская Д.Е. Что такое цифровое общество? // Социология науки и технологий. 2021. Т. 12. № 2. С. 112–129

8. Полтавская М.Б. Институционализация новых форм социального взаимодействия: пространство коворкинга. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. Выпуск № 3 / 201

СОДЕРЖАНИЕ

Айдарбеков Г.А. Особенности и современные тенденции эффективности в развитии менеджмента организации.	3
Жадигерова О.Ж. Будущая роль поколения зумеров в формировании цифровой экономики Казахстана	7
Есеналина К.Т. Қаржылық ресурстарды тиімді басқару	10
Moldassan M. Diagnosis of the crisis on the example of the enterprise llp «Zdorovie-sweet» .	14
Abdul R.B. Comparative analysis of remote working and office working	19
Есенжигитова Р.Г. Өңірлердің шаруашылық қызметінің теңгерімділік деңгейін үш факторлы модель аясында бағалау	22
Хусуров Н.Н. Қазақстандағы электрондық мемлекеттік сатып алудың артықшылықтары	28
Юлдашев Ж.К. Оңтүстік экономикалық ауданда жемістерді өңдеу кластерін қалыптастырудың әдісі	31
Serikakhmetova A.B. Implementation of corporate social responsibility in the context of esg: world practice	34
Нгуен В.Х. Зумеры как будущее поколение управленцев	38
Derin S.T. The rise of teenage entrepreneurs: the world's response	44
S.Rotterová Rebuilding Ukraine’s agriculture sector during the war: new calls for ukrainian agricultural households	47
Kurbanov M.U. Management of the innovation activities of the school pedagogical	51
Абрамова А.В. Цифровизация экономики на примере России и Казахстана	56
Агафонова Н.П. Методика контрольного обеспечения проектной деятельности	59
Акрамов М.В. Improving production efficiency in the context of the transition to the digital economy	63
Анисимова К.М. Современные бизнес-технологии на примере опыта Казахстана и России	67
Дармилова Д. З. Особенности бизнес-процессов в молочной промышленности	72
Сенецкий Н.А. Влияние облачных технологий на цифровизацию бухгалтерского учета	77
Бельгибаев А.А. Дифференциация регионов Казахстана по уровню инвестиционного развития	78
Смурыгина Д.В., Саленик М.В. Цифровизация – управленческий тренд в современном бизнесе	81
Болатқызы А. Индустрия технологиясы 4.0: өнеркәсіптік компаниялардың өнімділігін арттыруға әсері	85
Джұматаев Д.М. Бренд менеджментін даму ерекшеліктері	90
Мурзабекова А.К. Қазақстанның тұрақты дамуы жағдайында цифрландыру трансформациясындағы қаржылық технологиялардың ерекшеліктері	94
Сафарбаева Ж.М. Ұйымдық қызметті басқару кезіндегі зумерлер буынының ерекшеліктері мен туындайтын қиындықтар және оларды шешу жолдары	98
Дюржанова К. Влияние поколения Z в развитии систем управления на предприятиях	102
Миникеева О.Р. SWOT АНАЛИЗ развития туристкой отрасли в Казахстане	105
Мақсұт А.Б. Конкурентоспособность казахстанского рынка гостиничных услуг	108
Мананков Н.С. ESG-принципы инвестирования в криптовалюту	113
Akhmetkyzy A.A. Analysis of the state of corporate culture in Kazakhoil Aktobe LLP	115
Мантай Н. У. Влияние инновационной деятельности на повышение	119

конкурентоспособности предприятия в условиях цифровой экономики Казахстана	
Григорян А.Э. Осведомленность поколения зумеров о сфере инвестирования	123
Babangida A.S. Management of employees satisfaction in an enterprise	128
Сарыев Ж. Д. Влияние разработки портрета клиента на развитие компаний	131
Бажаева Д.А., Османова К.Р. Высшее образование в постпандемийный период	138
Shakhmetova A. Features of project management technology: from traditional to agile	143
Bodenbayev M.Zh. The role of human capital in the development of technological modernization of the economy of Kazakhstan	148
Исах Ә.Қ. Қазақстандағы жастар еңбек нарығының ағымдағы жағдайы	152
Jiang D. Cross-border e-commerce empowers enterprises to internationalize	156
Елмұрат Ж.Е. Қазақстандағы бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің дамуы	159
Үсен С.Б. Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын басқару: банкроттықтың алдын алу үшін қаржылық тұрақтылықты басқарудың маңызы қандай?	164
Wang X. Влияние развития глобализации на предприятия и научную технологию	169
Оразханқызы Қ. Кәсіпорындағы стратегия деңгейлері	173
Dauken K. The personnel management system at the enterprise and its effectiveness	175
Айдарова А.К. Проблемы и тенденции банковского кредитования и обеспечения возвратности ссуд в Казахстане	180
Арысбай М.М. Анализ логистических подходов к процессу товародвижения на примере фармацевтической продукции	186
Рамазан Ү.Т. Зарубежный опыт реализации антикризисных мер в современных условиях	189
Амантай А.А. Қазақстандағы кәсіпорындардың қаржылық жай-күйін бағалау арқылы тиімді шаралар ұсыну	194
Стамшал Г.Н. Алматы қаласындағы шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдаудың жетілдіру жолдары	199
Амангелді С.М. Қызметкерлерді мотивациялау еңбек өнімділігінің өсу факторы ретінде	204
Қайнарқызы Б. Ұлттық жобалар мемлекеттік саясатты іске асыру құралы ретінде: мәселелері, шетелдік тәжірибе	209
Көптілеуова Қ.Н. Қазақстан республикасында цифрландыру жағдайындағы мемлекеттік сатып алудың мәселелері мен перспективалары	216
Мусағалиев А.М. Конкурентоспособность коммерческих банков: сущность и факторы влияния	220
Актымбаева Д.Т. Трансұлттық корпорациялардың негізгі бәсекелестік артықшылықтарының сипаттамасы	225
Issakhan A. Improving the corporate governance system in the banking sector of kazakhstan	229
Джангужиева И. Цифрландырудың қазақстан республикасындағы еңбек нарығына әсері	234
Zhang L. Technologies of formation and promotion of corporate brand	238
Тасқалиев А.Е. Шет елдердегі жастар саясатын салыстырмалы талдау	241
Сарыбаева К.Р. Влияние цифровизации на развитие корпоративной культуры и развитие талантов	244
Абдуалиева Ж.С. Экологиялық жобаларды басқару және экологиялық сана көзқарасы	247
Нұртаева Қ.С. Digitalization of business: Kazakhstan and foreign experience	252
Ниятулла А.Т. Қазақстандағы жұмыссыздық мәселесі және шешу жолдары	254
Ақниязова Г.Ж. Жоба тәуекелдерін басқару жолдары	256
Кадирбаева Ә. Ө. Жамбыл облысындағы жұмыспен қамтуды басқару мәселесі	260
Ермакова А.К. Корпоративтік мәдениеттің элементі ретінде брендті басқару	264

Наукебай Ә.Н. Кайдзен және үнемді өндіріс тұжырымдамаларының негізі	269
Қасымов Ж. Б. Қазақстан Республикасындағы интеллектуалдық миграция процестерін мемлекеттік реттеу	275
Камалбек А. Использование PR-технологий в продвижении национального бренда Республики Казахстан	279
Джексембаев Р.Е. Оптимизация стратегии технического обслуживания и ремонтов	282
Бердәулетова А.Ж. Қазақстанда еңбек өнімділігін арттыру мәселелері	285
Bazar V. Literature review on the motivation system in the organization and its effect on increasing labor productivity	288
Қабыл Ж.С. Жаңа Қазақстанда азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету жолдары	293
Жұма Н.Ә. Қазақстан Республикасының орта білім беру жүйесіндегі теңсіздік мәселелері	297
Issakhan A.D. Comparative analysis of current trends in staff motivation	301
Миятбек Ә. Совершенствование системы управления персоналом: текучесть кадров и стратегии удержания в организации	307
Садықжан А. Н. Кәсіпорындардың инновациялық дамуын стратегиялық басқару	313
Мадиярбек А.Ж. Некоторые вопросы оценки эффективности деятельности учреждений государственной службы Казахстана	318
Кунар А.У. , Болатбек Е.Ә. Сыртқы ортаның турбуленттігі жағдайында Қазақстан экономикасын дағдарысқа қарсы басқару	321
Унербаева Р.У. Раманқұл Б. Қазақстан Республикасының әлеуметтік саласын жаңғырту бойынша ұсыныстар	325
Наурызбаев С.М. Жаңа Қазақстан жағдайында адами капиталды дамыту саясаты бойынша ұсыныстар	329
Мырзахмет Б. Эффективный маркетинг как фактор повышения конкурентоспособности организации	334
Әбдірәсілұлы А. Қазақстан республикасының инновациялық саясатын жүзеге асыру бойынша ұсыныстар әзірлеу	338
Алимбекова А.М. Роль управленческих решений в системе менеджмента предприятия	342
Туредин А. Управление банковскими инновациями в казахстане	347
Юлдашев Ж.К. Жаңа Қазақстан және жаңа әлеуметтік саясат бағыттары	353
Махмут А.Е. Қазақстандағы инвестициялық даму факторлары	356
Мәліктай Е. «TARAZ ORDA INVEST» ЖШС-ның басқару жүйесіндегі инновациялық технологияларды енгізу моделінің тиімділігін арттыру	359
Маханова А.Б. Қазақстан Республикасындағы азық-түлік қауіпсіздігі: жүйелі әдебиетке шолу	365
Низамов Н.Т. Стратегия развития и проблемы выживаемости предприятия	370
Аманкелди Д.А. Кәсіпорындарда жобаларды басқаруды ұйымдастырудың шетелдік тәжірибесі	374
Мәдениетова М.Ж. Компаниядағы жобалардың тиімділігін бағалау сенімділігін арттыру	377
Kurbanbay G.M. Zoomers: the young generation shaping the future of Kazakhstan's economy	381
Sergey A.A. Comparison of universities that are in demand and fashionable among zoomers	385
Джумабекова А.А. SWOT-анализ нефтегазовой отрасли Казахстана	388
Серіков Ә.М. Сценарийлік жоспарлау – болашақты басқару құралы ретінде	393
Абдуллаева Д. А. Проблема функционирования гостиничного предприятия в	397

кризисной ситуации	
Жақсылық Н.Ж. ҚР азаматтық авиация компанияларының әлеуеті	401
Омиржанова А. Опыт крупных компаний в использовании механизмов стимулирования в управлении персоналом	405
Aytzhan A.A. The importance of developing the investment climate for attracting investment in tourism sector of Kazakhstan	408
Негіллә Д.С. Экономиканы цифрландыру жағдайында менеджмент әдістерін трансформациялау	411
Төрбеков А.Е. Сити-менеджмент және урбанистика	417
Абдиев Д. О. Современные тенденции повышения роли информационных технологий в бизнесе	421
Корзинина В.В. Зумеры вне офиса: влияние коворкингов на экономику государства	426

**«ФАРАБИ ӘЛЕМІ»
атты студенттер мен жас ғалымдардың
халықаралық ғылыми конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ
Алматы, Қазақстан, 6-7 сәуір 2023 жыл**

Авторлық редакциямен шығарылды

ИБ № 14976

Басуға 26.04.2023 жылы қол қойылды. Пішімі 60×84 ¹/₈.
Көлемі 27 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс. Тапсырыс № 716.

Таралымы 10 дана. Бағасы келісімді.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.

050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды.