

Казахский национальный университет имени Аль-Фараби

Б.А. Байтанаева

**ЭКОНОМИКА
ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА**

Учебное пособие

Алматы
«Қазақ университеті»
2019

УДК 339.1 (075)
ББК 65.42я73
Б18

*Рекомендовано к изданию Ученым советом
Высшей школы экономики и бизнеса
и РИСО КазНУ имени аль-Фараби
(протокол № 2 от «20»декабря 2018 г.)*

Рецензенты:

д.э.н., профессор кафедры Экономики, информатики и математики
Алматинского филиала Санкт-Петербургского гуманитарного
университета профсоюзов **Ж.Х. Давильбекова**
к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
ВШЭБ КазНУ имени аль-Фараби **Т.С.Сокира**

Байтанаева Б.А.

Б 18 Экономика инфраструктуры рынка: учеб. пособие /
Б.А.Байтанаева.- Алматы: Казак университеті, 2019.- 182с.
ISBN 978-601-04-3874-3

Основой учебного пособия являются лекции, читаемые по дисциплине «Экономика инфраструктуры рынка» в Высшей школе экономики и бизнеса.

В пособии изложены особенности функционирования основных элементов инфраструктуры товарного рынка: аукционов, выставок и ярмарок, товарных бирж в Казахстане. Подробно рассмотрен финансовый рынок, включающий банковский сектор, валютный рынок, фондовый рынок, в том числе деятельность Нью-Йоркской, Лондонской и Токийской фондовых бирж, рынок инвестиционных фондов, страховых услуг и др. Рассмотрены также важные аспекты инфраструктуры рабочей силы и функции службы занятости, способствующие снижению социальной напряженности в обществе.

Предназначено для студентов специальности 5В050600 – «Экономика», а также для студентов других экономических специальностей.

УДК 339.1 (075)
ББК 65.42я73

© Байтанаева Б.А., 2019
© КазНУ имени аль-Фараби, 2019

ISBN 978-601-04-3874-3

ВВЕДЕНИЕ

Впервые термин *инфраструктура* был использован в экономическом анализе для обозначения объектов и сооружений, обеспечивающих нормальную деятельность вооруженных сил (начало XX в.). Слово «инфраструктура» образовано от сочетания латинских терминов «*infra*» – «под, ниже» и «*structura*» – «расположение», структура.

Современный рынок - это любая система, позволяющая покупателям и продавцам совершать свободную куплю-продажу товаров, услуг. Известно, что рынок товаров и услуг представляет собой единую систему с определенной иерархией, взаимосвязями и пропорциями между отдельными секторами экономики. Рынок должен располагать соответствующей инфраструктурой, от процесса функционирования и развития которой зависит создание конкурентной рыночной среды и активизация предпринимательской деятельности. Инфраструктура имеет важное значение для функционирования экономики, представляя собой неотъемлемую ее часть. На современном этапе развития казахстанской экономики значение инфраструктуры в экономике возрастает, кроме того, продолжается процесс ее совершенствования.

Инфраструктура рынка является также звеном, связывающим производство и потребление, и поэтому оказывает значительное влияние на экономику. Хорошо развитая рыночная инфраструктура позволяет оперативно урегулировать временный дефицит товаров, так как информационные, банковские, страховые и прочие услуги в комплексе способствуют эффективной инвестиционной среде и удовлетворению спроса.

В этой связи большое значение имеет ознакомление студентов с основными элементами рыночной инфраструктуры Республики Казахстан, ведущих зарубежных стран и их функционированием.

В учебном пособии рассматриваются актуальные проблемы экономики рыночной инфраструктуры, в частности, инфраструктуры товарного рынка, включая аукционы, ярмарки, товарные биржи. Большое внимание уделено рассмотрению финансовой инфраструктуры: банковской системы, фондовой и валютной бирж, а также брокерских, аудиторских и страховых компаний и др. Последний раздел учебного пособия охватывает инфраструктуру рынка рабочей силы: биржи труда, службы занятости и их роль в уменьшении социальной напряженности в обществе.

В учебном пособии широко освещается зарубежный опыт в рассматриваемых вопросах, в частности, функционирование всемирно-известных аукционных домов (Christie's, Sotheby's, Dorotheum, MacDougall's), а также фондовых бирж (Нью-Йоркская, Лондонская, Токийская), деятельность крупных аудиторских компаний мира, входящих в состав так называемой «*большой четверки*».

Автор будет благодарна читателям за критические замечания и предложения по дальнейшему совершенствованию качества учебного пособия.

1. СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ. ИНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РЫНКА

1.1 Сущность, понятие, функции рыночной инфраструктуры

Сущность, понятие рыночной инфраструктуры

Современный рынок - это любая система, дающая возможность покупателям и продавцам совершать свободную куплю-продажу товаров. При этом рыночная структура может выступать в различных формах. Таким образом, существует множество видов рынков, главные из которых можно сгруппировать по следующим трем признакам. Основные виды рынков с точки зрения соответствия действующему законодательству, по экономическому назначению объектов рыночных отношений, по пространственному признаку:

- легальный рынок – теневой рынок;
- потребительский рынок – рынок капиталов – рынок рабочей силы – рынок информации – финансовый рынок – валютный рынок и др.;
- местный рынок – национальный рынок – международный региональный рынок – мировой рынок.

Каждый из этих рынков, в свою очередь, можно разделить на составляющие элементы. Например, рынок средств производства включает рынок земли, станков, нефти и др.; рынок информации – рынки научно-технических разработок, ноу-хау, патентов и др.; финансовый рынок - рынки ценных бумаг, банковских услуг, страховых услуг и др.

Инфраструктура рынка как экономическая категория

В любой системе имеются передаточные звенья, без которых ее функционирование не представляется возможным. Экономическая система не является исключением и содержит свои связующие звенья, которые в целом и составляют *экономическую инфраструктуру*. Данная инфраструктура выступает связующим элементом во взаимоотношениях между основными субъектами экономических отношений – производителями экономических ресурсов, конечных товаров и их непосредственными потребителями. Рыночную инфраструктуру необходимо рассматривать и классифицировать только на основе макроэкономического подхода, согласно которого инфраструктура в рыночной экономической системе не обслуживает, а обеспечивает нормальное функционирование всей экономики. Характеризуя рыночную инфраструктуру, следует исходить из того, что на развитие экономики влияют не только объективные, но и субъективные факторы, при этом роль последних в современных условиях возрастает. Поэтому невозможно представить инфраструктуру рыночного типа, состоящую только из овеществленных и неодушевленных элементов. Чтобы подойти к определению рыночной инфраструктуры, необходимо исходить из понятия инфраструктуры

как таковой. Впервые термин «инфраструктура» был использован в экономическом анализе для обозначения объектов и сооружений, обеспечивающих нормальную деятельность вооруженных сил (начало XX в.). Он произошел от латинских слов «infra» — ниже, под; «structura» — строение, расположение.

Несмотря на широкое использование данного понятия, существуют различные его трактовки. Слово «инфраструктура» в переводе с латинского языка означает «основа постройки», то есть те базовые элементы жизни, на которых опирается процветание общества. Поэтому чем качественнее инфраструктура, тем лучше развивается экономика.

В 40-е годы XX в. на Западе под инфраструктурой стали понимать совокупность отраслей, обслуживающих нормальное функционирование материального производства. В отечественной экономической литературе эта проблема получила основное развитие в 70-е годы.

Инфраструктура – это обязательный компонент любой целостной экономической системы и подсистемы. Она представляет собой составную часть общего устройства экономической или политэкономической жизни, носящую подчиненный вспомогательный характер и обеспечивающую нормальное функционирование экономики или политической системы в целом. Система характеризуется наличием своих объектов, субъектов и их взаимодействия, обеспечивающим ее воспроизводство и развитие. С этой точки зрения инфраструктура в любой социально-экономической системе – это совокупность элементов, обеспечивающих бесперебойное функционирование взаимосвязей объектов и субъектов данной системы. Из этого определения следует, что инфраструктура, как некая подсистема в другой системе, призвана, прежде всего, обеспечить функционирование взаимосвязей между элементами самой системы, к которой относятся ее объекты и субъекты. В этом состоит ее основная функция, которая, очевидно, имеет пассивный характер. Но помимо обеспечивающей функции инфраструктура одновременно выполняет регулирующую функцию, определенным образом упорядочивая взаимодействие элементов самой системы.

Дословно *инфраструктура* – это основание, фундамент, внутреннее строение экономической системы. Применительно к рынку как самостоятельной подсистеме инфраструктура – это совокупность организационно-правовых форм, опосредствующих движение товаров и услуг, сделки купли-продажи, или совокупность институтов, систем, предприятий, обслуживающих рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования. В целом, рыночная инфраструктура с точки зрения своего происхождения или природы - это институционализируемая транзакция. Такой подход вытекает из товарно-денежной природы рыночной экономики, представляющей собой потоки товаров, ресурсов и денежных средств, непрерывнодвигающиеся через посредство столь же непрерывно совершаемых сделок (транзакций). В свою очередь, транзакции заключаются и исполняются с помощью целой системы

институтов, вплетенных в ткань экономической системы и представляющих ее инфраструктуру.

Необходимо отметить, что рыночная инфраструктура существует на нескольких уровнях. Так, следует разграничивать *глобальный* и *локальный* уровни инфраструктуры рынка. Глобальная инфраструктура реально существует в двух измерениях – мировом и национальном – и включает в себя ряд локальных рыночных инфраструктур. Это относится к обоим измерениям. Если рассматривать мировой уровень, то в состав глобальной рыночной инфраструктуры входят в качестве элементов как все локальные (национальные) рыночные инфраструктуры отдельных стран, относительно обособленные и находящиеся под юрисдикцией соответствующей страны, так и общемировые элементы, функционирование которых регламентировано международными договорами и соглашениями. Если же требуется анализ национального уровня, то очевидно, что национальная рыночная инфраструктура, являясь локальной по отношению к мировой, одновременно выступает глобальной в рамках соответствующей страны. Таким образом, *рыночная инфраструктура* – это совокупность элементов, обеспечивающих бесперебойное многоуровневое функционирование хозяйственных взаимосвязей, взаимодействие субъектов рыночной экономики и регулирующих движение товарно-денежных потоков. В данном определении речь идет о многоуровневом функционировании рыночной инфраструктуры, то есть о макро- и микроуровнях. Это позволяет выделить не только различия традиционного и современного подходов в трактовке инфраструктуры, но и их преемственность. Инфраструктуру рыночных отношений формируют многочисленные институты, среди которых выделяются брокерские и аудиторские фирмы, различные биржи, инвестиционные компании, банки, центры занятости, страховые организации и другие.

Функции инфраструктуры рынка

Инфраструктура рынка – это совокупность институтов, обеспечивающих обращение различных товаров. Обслуживание взаимоотношений производителей товаров и их непосредственных потребителей – основное предназначение институтов инфраструктуры. Представления о развитии рыночной экономики формируются в обществе постепенно: сначала очерчивается содержание данного понятия, затем оценивается ситуация, выясняются возможности ее изменения, со временем выкристаллизовывается понимание инфраструктуры выбранной модели рынка как формы взаимоотношений между хозяйствующими субъектами. Инфраструктура рынка является звеном, связывающим производство и потребление, и поэтому в большой мере влияет на экономику. Это понятие разноплановое, сущность его можно определить как совокупность учреждений, организаций, государственных и коммерческих предприятий, которые обеспечивают нормальное функционирование товарного и иных рынков, взаимодействие и эффективное обслуживание товаропроизводителей и потребителей. Хорошо

развитая рыночная инфраструктура позволяет оперативно урегулировать временный дефицит товаров, так как информационные, сервисные, банковские, страховые и прочие услуги в комплексе способствуют эффективной инвестиционной среде и удовлетворению спроса.

Продуктом инфраструктуры является посредническая услуга. *Услуга* – это особый товар, существующий только в момент его производства.

Можно выделить *две основные функции инфраструктуры* рыночного типа (или рыночной инфраструктуры в широком смысле), обусловленные природой рыночной экономики:

а) обеспечение бесперебойного функционирования хозяйственных взаимосвязей и взаимодействия субъектов рыночной экономики;

б) регулирование движения товарно-денежных потоков.

В качестве субъектов рыночной экономики рассматриваются, с одной стороны, владельцы ресурсов и владельцы продуктов, а с другой – коммерческие структуры и государство. Обе классификации субъектов экономики дополняют друг друга и выделяют этих субъектов по разным критериям. Каждая из выделенных функций характеризуется определенными характеристиками или свойствами.

Обеспечивающая функция по своей сути есть функция внутренняя, имманентная инфраструктуре экономики, характеризующая ее сущность и непосредственное предназначение. Такая функция носит пассивный характер. Рыночная инфраструктура, как подсистема всей экономики, как бы предоставляет рыночной экономике условия и возможности для выполнения экономических функций (прежде всего таких, как оптимальная аккумуляция ресурсов и создание из них продуктов хозяйственной деятельности), непосредственно не участвуя в создании продукта. Тем не менее, указанная функция может быть также классифицирована как прямая, поскольку формирование адекватной инфраструктуры является одним из непосредственных и обязательных условий существования и воспроизводства экономической системы, а также ее развития.

Регулирующая функция, в конечном счете, происходит из обеспечивающей, является ее продолжением, но ее свойства иные, прямо противоположные. Прежде всего, она носит внешний характер. Несмотря на то, что инфраструктура является подсистемой в экономической системе, эта подсистема существует над процессом взаимодействия хозяйствующих субъектов, без которых они, с одной стороны, не могут взаимодействовать, но которая, с другой стороны, при определенных обстоятельствах способна оказывать весьма существенное влияние на весь процесс воспроизводства. В этом качестве данная функция является активной, что особенно заметно в переходных экономических системах. Наконец, по своей природе она является функцией обратного действия, сигнализируя экономике о тех или иных проблемах в сфере непосредственного создания продукта.

Обе вышеуказанные функции неразрывно связаны и не могут реализоваться одна без другой. Результатом их взаимодействия является вполне

определенный синергический эффект, который можно определить как оптимизацию движения товарно-денежных потоков. В процессе обеспечения и регулирования движения товарно-денежных потоков инфраструктура способствует достижению соответствия между общественными потребностями в товарах и услугах и способностью процесса производства удовлетворять их в требуемых масштабах. Таким образом, обеспечивается сопряженность в реализации обеих функций, достигается пропорциональность в распределении ресурсов, что, в свою очередь, ведет к минимизации издержек, связанных с распределением ресурсов и продуктов. Именно поэтому инфраструктура благодаря своим функциям *обеспечивает эффективность экономики*, причем в той мере и через те механизмы, которые свойственны только ей. Данную эффективность можно назвать скрытой эффективностью, поскольку к ней неприменимы прямо и непосредственно методы сопоставления затрат и результата (например, недостаточная развитость банковской системы как фактор, тормозящий скорость расчетов, и т. п.). Институты инфраструктуры рынка занимаются оказанием посреднических услуг в области инвестирования, страхованием различных сторон хозяйственной деятельности, проводят доверительные (трастовые) операции. Инфраструктура также используется при макроэкономическом регулировании: с ее помощью государство осуществляет антиинфляционные мероприятия, политику занятости, противодействует циклическим колебаниям экономики.

Инфраструктура должна обеспечить цивилизованный характер деятельности рыночных субъектов, ее элементы не навязаны субъектами извне, а порождены самими рыночными отношениями. Таким образом, можно сделать вывод, что экономическая инфраструктура рынка оказывает существенное влияние на функционирование экономической системы в целом.

Инфраструктура рынка подразделяется на инфраструктуру товарного рынка, финансового рынка и рынка рабочей силы.

В *инфраструктуру товарного рынка* включается торговля (оптовая и розничная), аукционы, ярмарки, товарные биржи, государственная контрактная система, антимонопольные структуры и т.д. Особо выделяется инфраструктура внешней торговли, к которой относятся торговые коммерческие центры, торгово-промышленные палаты, торговые дома, внешнеторговые фирмы, объединения и др.

Финансовая инфраструктура включает банковскую систему, фондовую биржу, валютную биржу, брокерские, аудиторские и страховые компании, инвестиционные компании и др.

Инфраструктура рынка рабочей силы охватывает биржи труда, службу занятости, переподготовку рабочей силы, организацию общественных работ, регулирование миграции населения и др.

1.2. Классификация и основные функции рынка

Классификация рынков

Классификация рынков по следующим критериям:

- по собственности:
 - рынок частного сектора;
 - рынок государственного сектора.
- по экономическому назначению:
 - рынок ресурсов (средств производства) – земли, капиталов (машины, станки, оборудование, сырье и материалы), труда (рабочей силы), производственной инфраструктуры (информации, энергетики, транспорта, связи, науки, патентов, лицензий, рекламы), финансовый рынок (рынок ценных бумаг, кредитный рынок, валютный рынок, страховой рынок);
 - рынок потребительских товаров и услуг – товаров кратковременного пользования (хлеб, молоко, мясо и т.д.), товаров долговременного пользования (автомобили, бытовая техника, мебель, жилые дома и т.д.), предметов роскоши (яхты, алмазы и т.д.), социальной инфраструктуры, или потребительских услуг (образование, здравоохранение, сферы бытовых услуг и т.д.);
 - рынок инвестиций;
 - рынок финансовый или денежный;
 - рынок ценных бумаг.
- по территориальному признаку:
 - национальный рынок – рынок одной страны (казахстанский, российский, китайский и т.д.);
 - региональный – рынок стран, объединенных территориально (Европейская Ассоциация свободной торговли, Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество и т.д.);
 - международный рынок – рынок всех стран, взятых вместе;
- по организационно-правовому признаку в рыночной экономике выделяют аукционы, биржи, долгосрочные контракты, телефонно-телекстный рынок, тендеры (торги).

Различают субъекты и объекты рынка. К *субъектам рынка* относятся лица, которые вступают в рыночные отношения и являются участниками рыночных сделок (покупатели, продавцы, государственные организации, а также промежуточные организации). *Объекты рынка* — это все то, по поводу чего возникают отношения купли-продажи (материальные и нематериальные блага, капитал, открытия, ноу-хау, идеи и т. д.).

Основные функции рынка

Сущность рынка реализуется через его функции. К основным функциям рынка относятся: *информационная, посредническая, ценообразующая, регулирующая, стимулирующая, контролирующая, социальная.*

С помощью *информационной функции* рынок представляет своим участникам необходимую информацию о соотношении между спросом и предложением экономических благ, их качестве и ассортименте, ценах и т. д. Получение данной информации позволяет предпринимателям эффективно организовать бизнес, перестроить его структуру в соответствии с изменившимися условиями рынка. Наличие информации важно также и для потребителей. Сведения о ценах, тенденциях их изменения, появлении новых продуктов, ситуации на рынке труда помогают потребителям принять правильное экономическое решение. Данные о ситуации на рынке можно получить посредством анализа различного рода показателей: уровня цен, процентной ставки, прибыли, безработицы, средней заработной платы и др.

Посредническая функция рынка заключается в том, что рынок способствует установлению хозяйственных связей между его субъектами. При этом рынок обеспечивает альтернативность выбора при заключении сделок. Потребитель имеет возможность выбрать оптимального производителя продукции. В то же время продавцу обеспечивается выбор наиболее подходящего покупателя.

Ценообразующая функция рынка позволяет определить цену продуктов, которая быстро реагирует на изменения в производстве, потребностях, конъюнктуре. Имеющиеся на рынке экономические блага одного назначения обычно содержат неодинаковое количество материальных и трудовых затрат. Однако рынок ориентируется на общественно необходимые затраты, которые готов оплачивать потребитель. Именно они определяют цену, по которой продукция предлагается потребителям.

Регулирующая функция рынка является одной из самых важных. С помощью данной функции рынок способствует переливу капитала из одних отраслей и сфер экономики в другие, обеспечивает сбалансированность, пропорциональность общественного производства. Рост цен в некоторых секторах экономики является сигналом для производителей к расширению объемов производства. Напротив, снижение цены — сигнал к сокращению. Несмотря на то, что в странах с социально ориентированной рыночной экономикой большое место отводится государственному регулированию экономики, регулирующая роль рынка продолжает сохраняться. Рынок является координатором всех сфер общественного производства, способствует установлению необходимых воспроизводственных пропорций.

Стимулирующая функция рынка заключается в том, что рынок с помощью цен стимулирует внедрение в производство достижений научно-технического прогресса, экономию затрат, повышение качества продукции, постоянное обновление ассортимента продукции.

Контролирующая функция рынка сводится к тому, что рынок освобождает экономику от неэффективных хозяйственных единиц, которые не в состоянии предложить потребителям качественную продукцию. Эта функция рынка в экономической литературе также называется *санирующей функцией*.

Социальная функция рынка приводит к дифференциации участников рынка.

Предприятия и организации, которые выпускают более качественную продукцию, применяют эффективные методы управления, используют высококвалифицированный персонал, имеют возможность получать более высокую прибыль. Эта функция касается и граждан: физические лица, обладающие соответствующим уровнем образования и квалификации, вправе рассчитывать на получение более интересной и высокооплачиваемой работы.

1.3 Аукцион как элемент инфраструктуры товарного рынка

Слово аукцион произошло от латинского слова «*auctionis*», что означает «увеличение», «рост».

Аукцион — публичная продажа товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства и других объектов, которая производится по заранее установленным правилам аукциона. В этом случае объект приобретает победителем аукциона. Общим для всех аукционов принципом является принцип состязательности между покупателями. В процессе состязания между покупателями за право приобрести товар выявляется победитель аукциона. Победителем аукциона является лицо, выигравшее аукцион в соответствии с его правилами. Основным критерием определения победителя любого аукциона является *цена* [1]¹.

История возникновения аукционов

Аукционы были распространены во время Римской империи и часто проводились после военных побед. На них велась торговля военнопленными, а доходы, полученные от этих аукционов, шли на финансирование вооруженных сил. Аукционная торговля использовалась также с целью ликвидации конфискованной собственности должников. Даже император Маркус Орилиус продавал домашнюю мебель на аукционе для того, чтобы расплатиться с долгами. Самый легендарный аукцион: 28 марта 193 года — продажа всей Римской империи. Победителем торгов стал богатый сенатор Марк Дидий Юлиан, который предложил за Империю 250 млн. сестерциев — по 25 000 на каждого гвардейца, что было эквивалентно их пяти годовым окладам. Однако Дидий Юлиан не смог расплатиться, потерял поддержку гвардии и через 66 дней был убит.

¹ <http://zakupkihelp.ru>

С распадом Римской империи аукционы исчезли, а затем снова появились в Средневековой Европе: в 1254 году декрет, изданный королем Людовиком IX, учредил профессию *аукционера*.

Исторически появление современного типа аукционов связывают с Нидерландами конца XVI — XVII веков. Предполагается, что возникновение данной формы торговли было связано с небывалым расцветом Нидерландов после освобождения от испанского господства и образования первой в Европе республики, основанной на принципах выборности власти и рыночной экономики. Огромный доход приносили недавно завоеванные колонии в Индонезии, Южной Африке и Бразилии; столица Соединенных провинций — Амстердам превратилась в самый богатый город северо-западной Европы. Большое число состоятельных людей, желающих обладать предметами роскоши, стало причиной формирования в Голландии оживленного рынка произведений искусства. Относительно узкий круг коллекционеров постоянно покупал и продавал картины эпохи Возрождения и произведения современных художников. Аукционы проходили часто, иногда для них печатались каталоги.

Развитие международной торговли в XVI-XVII вв., великие географические открытия, совершенствование мировой кредитной и банковской системы привели к быстрому распространению аукционов по всей Европе. Уже в конце XVII в. они стали привычным явлением в Англии, Германии, Франции, а в первой половине XVIII были созданы аукционные дома «Sotheby's» и «Christie's», которые в настоящее время являются лидерами мирового рынка антиквариата.

В Казахстане же аукционы появились намного позже — первые упоминания о них относятся к первой четверти XVIII в. Появление первых терминов аукционной торговли косвенным образом свидетельствует о том, что в Казахстане начала XVIII в. уже проводились аукционы. Это один из первых нормативных документов, регламентирующих продажу с аукциона: в соответствии с ним устанавливается порядок передачи «пожитков к продаже», правила торга (например, «кто больше давать будет, тому в продажу и написать»), назначаются должностные лица — «вендемейстер», «маклер» и «магистратский член», которые проводят аукцион. Интересно, что «вендемейстер», проводивший аукцион, в конце каждого торга не ударял молотком по столу, а бил в таз.

В Указе еще отсутствовали термины «аукция» или «аукцион», но уже использовано выражение «публичный торг». В течение XVIII в. в Казахстане была отрегулирована процедура проведения аукциона, которая очень похожа на современную; создан комплекс основных понятий и терминов, а сама аукционная продажа прочно вошла в практику государственных торговых организаций.

В СССР аукционы проводились исключительно на основе монопольного права государства на данную форму торговли. Например, аукционы по продаже пушнины, проводимые в Санкт-Петербурге Министерством внешней торговли, начиная с 1931 года. На них реализовались шкурки лисицы, соболя, белки

(всего около 80% всей пушнины). С 1965 года в Москве начал проводиться международный аукцион по продаже чистокровных рысистых и скаковых лошадей.

Наибольшую популярность аукционы приобрели к середине 90-х годов. В 1997 году возникли аукционы по закупке продовольственных товаров для армии [1].

Виды аукционов

1. Прямой аукцион (английский)

Это один из самых известных и распространенных видов аукционов. Он основывается на установлении минимальной «отправной» цены, базисной для дальнейших торгов, в процессе которых установленная цена постепенно увеличивается. Все поступающие предложения публично оглашаются. Окончательная цена формируется в ходе торга как последняя максимальная цена, предложенная покупателем. Прямой аукцион, как правило, длится фиксированное время (это используется в электронных аукционах, проводимых через Интернет) или же до прекращения поступления новых предложений. Если установлена резервная цена (минимальная цена, за которую владелец товара согласен его продать) и она не достигнута в ходе аукциона, то товар не продается. Тем не менее, часто на таких аукционах азартные покупатели поднимают цену очень высоко. Одним из ярких примеров прямого аукциона является электронный аукцион — www.ebay.com. [1].

Английский аукцион может быть двух видов:

- *прямым*. На прямом английском аукционе цены постепенно растут либо по предложению ведущего торги, либо по заявкам самих участников торгов. Продавец назначает начальную «отправную» цену, далее покупатели вступают в конкурентную борьбу, назначая цену выше начальной. Участники имеют возможность пересматривать свои предложения в зависимости от предложений соперников. Побеждает тот, кто на момент окончания аукционной борьбы предложил наивысшую цену.

- *обратным*. В обратном английском аукционе начальную максимальную цену устанавливает покупатель. Это та цена, которую он готов заплатить за товар. Продавцы делают ему свои предложения, постепенно снижая цену. Цена снижается до тех пор, пока не найдется продавец, готовый продать свой товар по такой цене.

Аукцион первой цены

Аукцион первой цены - это закрытый аукцион. Публично цена не объявляется. В данном аукционе участники направляют свои предложения в запечатанных конвертах, и победителем становится участник, который предложил самую высокую цену. За лот он платит «первую цену» — величину своего предложения (ставки). Как утверждает статистика, более 2/3 мировых аукционов проводится именно по такой схеме. Как правило, на аукционе

первой цены продаются государственные контракты и различная собственность, в том числе компании.

Аукцион второй цены

Так же, как и аукцион первой цены, аукцион второй цены является закрытым. Правила определения победителя идентичны — побеждает самая высокая цена. Лот достается участнику, предложившему максимальную цену, но платит он за товар сумму, равную второму по величине предложению («вторая цена»). На практике данная разновидность аукционов применяется редко, так как она искусственно ограничивает максимальную прибыль владельца лота. В качестве примера использования аукциона второй цены можно привести продажу ценных бумаг, почтовых марок и т. д.

Обратный оптовый аукцион (голландский)

Это оптовый аукцион, на котором продавец может выставлять несколько единиц товара одновременно. Соответственно покупатели могут претендовать на покупку нескольких единиц товара. Начальная цена устанавливается заведомо большей и снижается шаг за шагом до тех пор, пока не найдется покупатель. Все выигравшие покупатели платят только минимальную из выигравших цен. Оптовый аукцион отличается от аукциона янки, в котором каждый выигравший покупатель платит ту цену, которую назвал.

Пример: продавец выставил на продажу 3 ноутбука. Все трое выигравших покупателей сделали ставки на 1 ноутбук каждый. Высшая цена была \$1000, а низшая из выигравших - \$850. Все трое приобретут ноутбуки по \$850. Несмотря на то, что высшая цена была \$1000.

На голландском аукционе нельзя выставлять резервную цену. Голландские аукционы изначально использовались для продажи скоропортящихся товаров и проходили в весьма сжатые сроки. В настоящее время данный вид аукциона чаще всего используется для продажи ценных бумаг, товаров, бывших в употреблении, объектов строительства, лицензий и т.д.[1].

Редукцион (обратный аукцион)

Редукцион называют также переторжкой или аукционом на понижение. При проведении редукциона заказчик не продает, а приобретает требуемую ему продукцию (товар, работу или услугу). Он устанавливает начальную цену, которую готов за нее заплатить, а продавцы (участники редукциона) делают ему свои предложения, постепенно снижая цену. Победителем редукциона является участник, предложивший наименьшую стоимость.

Аукцион янки (дискриминационный), аукцион своей цены [1]

Это закрытые от других участников торги (в отличие от английского или голландского) и победитель, давший наивысшую цену, получает товар за ту цену, которую он назвал. Как правило, каждый участник подает только одну

заявку (ценовое предложение), поэтому подготовка к такому аукциону особенно важна.

Закрытый аукцион состоит из двух фаз – период подачи заявок и фазы определения победителя, когда все заявки открываются, и определяется победитель (иногда победитель не объявляется).

Если товар единичный, то победитель один. Но если выставлен лот из нескольких единиц товара, то выигрывает не только давший наивысшую цену, но и те, кто дал цену ниже. Из-за того, что не все победители платят одинаковую цену, такой аукцион называется «дискриминационным».

На «дискриминационном» аукционе (больше одной единицы товара в лоте) заявки, поданные вслепую, сортируются, начиная от максимальной к минимальной и товар распределяется в этом порядке, пока не кончится. Выигравшие такой аукцион участники, платят разную цену за товары.

Аукцион, в котором платят все [1]

В данном виде аукционов каждый из участников выплачивает предложенную им в ходе торгов сумму, однако, лот достается только одному — победителю. В чистом виде такие аукционы в настоящее время практически не встречаются, но являются составными элементами многих других процедур.

Например, подготавливая свою конкурсную (аукционную) заявку, все поставщики несут некоторые финансовые издержки, которые никто не компенсирует. Однако, контракт (лот) достается лишь одному из них.

Приватный аукцион (VIP) [1]

В таких аукционах обычно участвуют «избранные», которым требуется специальная аккредитация. Ставка (предложение) принимается в течение строго ограниченного времени, причем участник не имеет возможности узнать размер и количество ставок других участников. При этом участник имеет право сделать только одну ставку.

Самые известные аукционы мира [2]²

Самыми престижными и дорогостоящими считаются аукционы, на которых реализуются эксклюзивные товары, такие как антикварные изделия, исторические раритеты, шедевры искусства и коллекционные предметы (рисунки 1-4).

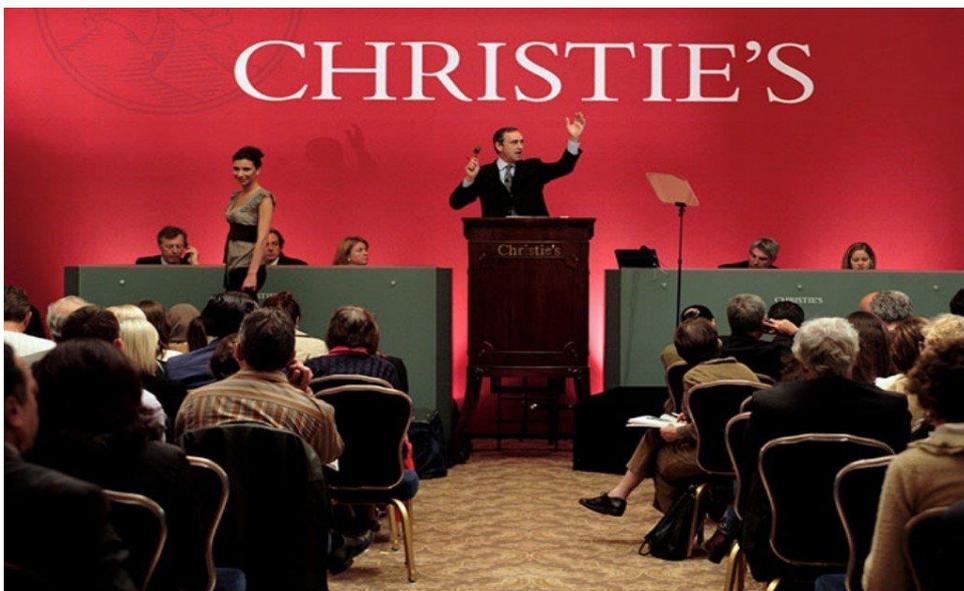


Рисунок 1- Аукционный дом Кристис (Christie's)

Данный торговый дом учредил Джеймс Кристи. Первая продажа состоялась в Лондоне в 1766 г. Здесь были проданы целые коллекции драгоценностей и художественных шедевров, принадлежащих членам королевских семей и представителям высшего сословия. Периодически на аукционе появлялись некоторые ценности из национального наследия Великобритании. Считается, что именно Джеймс Кристи превратил в искусство заурядную торговлю антикварными изделиями.



Рисунок 2 – Аукционный дом Сотбис (Sotheby's)

Данный аукцион основал продавец книг из Лондона Сэмюэл Бейкер. Первые торги состоялись в 1744 г. В это время Бейкер обнаружил первый

каталог редких книг с указанием фиксированных цен. На протяжении целого века компания специализировалась только на литературных произведениях, поэтому торги проходили практически во всех известных библиотеках Соединенного Королевства.

В первое время Сотбис представлял собой закрытый «клуб», в котором трудились исключительно члены аристократического общества. Аукцион пережил этап банкротства, после которого его приобрел в 1983 г. бизнесмен из США Альфред Таубман. В настоящее время Сотбис включает в себя свыше сотни офисов на территории всего мира, а торги проходят не только по редким и ценным книгам, но и по произведениям искусства.

Аукционный дом Доротеум (Dorotheum)

В немецко-говорящих государствах этот аукцион является наиболее крупным и престижным. Его создал австрийский император Иосиф I в 1707 г. В настоящее время это самое популярное культурное учреждение Вены. Своё название торговый дом получил от монастыря, в который переехал в конце XVIII века. Каждый год аукционный дом *Dorotheum* осуществляет примерно 600 торгов.



Рисунок 3 - Аукционный дом МакДугалл (MacDougall's)

Это единственный аукцион, на котором представлены исключительно произведения русского и славянского изобразительного искусства. Здесь постоянно осуществляются торги, на которых в качестве лотов выступают картины XVIII-XIX веков. Аукционный дом знаменит также тем, что на нем поставлено несколько рекордов по продаже предметов советского нонконформистского искусства. Как правило, торги проводят дважды в год.



Рисунок 4 - Интернет – аукцион e-Bay

Это лидирующая площадка в Интернете для аукционных торгов. Здесь можно купить практически все что угодно. Кроме того, стоимость изделий намного меньше по сравнению с магазинами. Лоты, выставленные на аукционе, всегда сопровождаются несколькими фотографиями, имеются детальные описания товаров и отзывы покупателей. Кроме того, выставить на продажу что-либо, как и приобрести, что угодно может абсолютно любой человек, независимо от места проживания. Необходимо только осуществить процедуру регистрации, не нужно делать ни членских взносов, ни вносить абонентскую плату. Самым дорогостоящим товаром, приобретенным на онлайн-аукционе, стал бывший в употреблении реактивный самолет. Его купили за \$5 млн. Также за большую цену был вырчен остров Thatch Cay, находящийся в Карибском море – его реализовали по частям, за каждую из которых заплатили \$1 млн.

Рекорды на аукционных торгах [2]

Наиболее дорогие вещи в мире продаются именно на аукционных торгах. Абсолютный рекорд побила картина Эдварда Мунка «Крик», продажа которой состоялась 2 мая 2012 г. Стартовая цена знаменитого полотна равна \$ 40 млн., однако, менее, чем за четверть часа покупатель предложил финальную стоимость - \$ 119,9 млн. Личность человека, которому достался шедевр живописи, осталась неизвестной.

Самые интересные торги на казахстанских аукционах [3]³

Ассортимент предлагаемых товаров на аукционах в Казахстане безграничен: начиная от смартфонов, которые принадлежат министрам Республики Казахстан, государственных вертолетов и заканчивая эксклюзивными автомобилями.

Например, Lamborghini Gallardo был выставлен на торги в г. Астане со стартовой ценой 47 581 000 тенге. Данный люксовый автомобиль был конфискован у столичного бизнесмена решением суда. Согласно законодательству страны все вырученные средства от продажи суперкара поступают в доход государства.

Объявление о продаже автомобиля было размещено на сайте gosreestr.kz. Продавцом Lamborghini Gallardo являлся Департамент государственного имущества и приватизации г. Астаны Комитета государственного имущества и приватизации Министерства финансов Республики Казахстан. На сайте был указан тип торгов — английский аукцион. Гарантийный взнос для участников торгов составлял 7 137 150 тенге. Торги были назначены на 5 февраля 2016 года. На сайте в разделе «Примечание» было указано, что ключи от автомобиля «отсутствуют».

Полицейский вертолёт

Городские власти Алматы выставили на торги один из вертолетов, приобретённый более 10 лет назад для местных стражей порядка. Транспорт все это время простоял без дела. Изначально же предполагалось, что летающие машины станут воздушной поддержкой наземным нарядам полиции в розыске и задержании преступников по горячим следам и помогут в проведении дорожного патрулирования, а также при поиске в горах и других труднодоступных районах.

Вертолёт Ми-34С 2002 года выпуска, цвет — голубой. Стартовая цена лота должна была составить 139.5 млн. тенге, минимальная — 4.2 млн. тенге.

Аукцион планировалось провести 31 декабря 2015 года, но он не состоялся, так как желающих купить вертолёт зарегистрировалось всего двое.

Китайский телефон министра сельского хозяйства Республики Казахстан.

Известно, что в настоящее время госслужащие не имеют права принимать подарки, в том числе сделанные во время различных официальных церемоний, и обязаны сдавать их в Комитет государственного имущества и приватизации. Поэтому мобильный телефон, подаренный министру китайскими коллегами, был выставлен на торги. Департамент государственного имущества и приватизации г. Астаны оценил устройство в 48 тысяч тенге.

Приобрести его мог любой, главное условие было - успеть подать заявку до 8:00 утра 5 февраля, а также внести гарантийный взнос в размере 7 200 тенге.

³ <https://365info.kz>

Метод проведения торгов — английский аукцион, то есть телефон достается тому, кто предложил наивысшую цену.

Казахстанский тенге

В 2014 году действующие на тот момент казахстанские купюры различного номинала появились в продаже на сайте популярного американского интернет-магазина e-Bay. Предприимчивые граждане, причем как из Казахстана, так и из Турции, Венгрии, России и Украины, продавали национальную валюту по цене гораздо выше ее номинала.

Чаще других на сайте встречалась тысячная банкнота с изображением памятника Культегину. Напомним, она была признана самой красивой. За нее на сайте просят от 8 до 17 долларов. То есть в 2 раза больше фактической стоимости, а двухсотку с изображением ладони и «Байтерека» предлагают купить за 5 долларов, пятисотку - чуть дешевле.

Самой дорогой оказалась 10-тысячная купюра. Ее стоимость на e-Bay доходит до 300 долларов.

Футболка Самата Смакова

Фанаты павлодарского футбольного клуба «Иртыш», чтобы помочь тяжелобольному мальчику, выставили на аукцион футболку известного казахстанского футболиста, полузащитника Самата Смакова. Начальная цена футболки составила 15 000 тенге. Шаг от аукциона — 2 000 тенге. За какую сумму в итоге была продана футболка, не сообщалось, но известно, что все вырученные средства были направлены на лечение тяжелобольного мальчика.

Футбольный клуб «Шахтер»

Легендарный футбольный клуб в 2014 г. испытывал огромные финансовые затруднения, так как спонсоры — крупные компании области — уже не могли оказывать клубу достаточную поддержку. Поэтому «Шахтер» был выставлен на торги со стартовой ценой почти 215 миллионов тенге.

Однако по итогам рассмотрения заявок на приобретение клуба, торги были признаны несостоявшимися, так как заявки на приобретение клуба отсутствовали.

Известно, что АО «Футбольный клуб «Шахтер» является самой дорогой организацией, которая имеет 100% государственный пакет акций, его оценили в 214 млн. 872 тыс. тенге.

1.4 Выставки и ярмарки в системе товарного рынка

Выставки и ярмарки являются одним из средств маркетинговых коммуникаций, способствующих продвижению товаров производителей на рынок. Среди многих видов такого продвижения (реклама, формирование общественного мнения, персональные продажи) выставки и ярмарки признаны одним из самых эффективных инструментов маркетинга, поскольку в них одновременно участвуют и специалисты, и производители, и потребители. Это

дает возможность участникам параллельно решать проблемы сбыта, определять круг покупателей и партнеров. Ярмарки и выставки в настоящее время являются местом демонстрации последних достижений научно-технического прогресса. Поэтому участие предприятия в ярмарках позволяет не только представить свою продукцию, но и ознакомиться с последними достижениями всей отрасли, получить достоверную информацию о новейших разработках своих конкурентов и т.п.

Выставка – кратковременное мероприятие, периодически проводимое обычно в одном и том же месте, в рамках которого значительное количество предприятий (экспонентов) с помощью образцов (экспонатов) демонстрируют новые товары одной или нескольких отраслей для информирования потенциальных потребителей о своей фирме и ее продукции в целях содействия продажам.

Ярмарка – кратковременное мероприятие, периодически проводимое обычно в одном и том же месте, в целях привлечения значительного числа предприятий (экспонентов) одной или нескольких отраслей, представляющих образцы своих товаров (экспонатов) для их демонстрации, ознакомления и заключения торговых сделок.

Чем же отличаются ярмарки от выставок? Если одной из *основных задач ярмарки* является заключение прямых торговых сделок по образцам, то одной из *основных задач выставки* является создание благоприятных условий для продажи товаров по образцам. При этом основными покупателями на ярмарках являются представители оптовых торговли, а покупателями на выставках – конечные потребители. Возможности, которые предоставляются предприятию, благодаря его участию в работе выставок и ярмарок: позволяют эффективно решать маркетинговые проблемы, относящиеся к обоснованию эффективной товарной и ценовой политики, политики распределения и продвижения.

Главными факторами, которые учитываются при классификации ярмарок (выставок), являются:

1. *Характер торговых операций, совершаемых во время их проведения, сфера их действия:*

- международные;
- национальные;
- межрегиональные;
- региональные выставки.

2) *цели проведения:*

- торговые;
- ознакомительные;
- коммуникационные;

3) *частота проведения:*

- сезонные;
- ежегодные;
- периодические;

4) *состав предлагаемых материалов:*

- универсальные;
- многоотраслевые;
- специализированные.

Наиболее распространенной формой универсальных ярмарок являются *многоотраслевые ярмарки*. На них представляются экспонаты предприятий, входящих в состав нескольких родственных отраслей. Частным случаем межотраслевых ярмарок являются *специализированные ярмарки и выставки*. Такие ярмарки специализируются в зависимости от экспонируемых на них товаров и ориентированы на определенные сегменты потребителей.

Одним из *методов продвижения изделия на рынок сбыта* является организация выставок и ярмарок, которые позволяют продавцам и покупателям встретиться на общей территории и заключить сделки. Выставочные и ярмарочные мероприятия помогают: оценить развитие отрасли, правильно ориентироваться в ценовой политике, перенять опыт коллег, а также получить определенный эффект от участия, который выражается: расширением клиентской базы предприятия; количеством заключенных договоров с покупателями продукции. Участие в работе выставок и ярмарок является эффективным средством формирования маркетинговых коммуникаций предприятия, включающим следующие элементы комплекса маркетинговых коммуникаций: реклама (печатная, билборды, выставки и т.д.); пропаганда, личная продажа (работа стендистов); стимулирование сбыта (раздача сувениров, предоставление скидок и т.п.).

Преимущество выставочно - ярмарочных мероприятий перед другими методами продвижения также и в том, что предприятие (экспонент) обладает многочисленными возможностями, чтобы превратить для клиента посещение выставки или ярмарки в праздник, например, при помощи организации шоу-программ, викторин, лотерей.

Коммуникационные характеристики выставочно-ярмарочных мероприятий определяются тем, что они позволяют:

- продемонстрировать потенциальным покупателям и деловым партнерам возможности и достижения предприятия;
- привлечь внимание к предлагаемым товарам; обеспечить непосредственное взаимодействие с поставщиками и потребителями, заключить договоры о сотрудничестве и продажах;
- изучить передовой опыт организациям производства и торговли;
- проанализировать предложения конкурентов;
- получить информацию о конъюнктуре рынка и тенденциях ее развития;
- установить контакты с представителями СМИ и с их помощью расширить представление целевых аудиторий об участнике выставки.

Выставки и ярмарки способствуют продвижению товаров на отечественный и мировой рынки, стимулируют экспорт. При профессиональном и многократном участии предприятия в выставках издержки по заключению сделок значительно снижаются. Знание рынка, наличие

коммуникационных каналов являются важнейшим преимуществом в конкурентной борьбе, что обеспечивается в значительной мере выставками.

От развития выставочно - ярмарочной деятельности экономика страны получает положительный эффект в виде инфраструктуры, формирующей единое экономическое информационное пространство и позволяющей предприятиям изучать рынок, демонстрировать новинки, продвигать товар, активизировать деловое сотрудничество. Для государства выставки – это фактор углубления интеграционных и инвестиционных процессов, рост занятости населения, стимулирование научно - технического прогресса, рост налоговых выплат в бюджет от выставочных организаций и развивающихся с их помощью предприятий.

Кроме того, выставки и ярмарки открывают возможности для выявления спроса через контакт с потребителями, помогают определить тенденции, виды и масштабы будущих изменений рыночных предпочтений и определить темпы и направления развития. Необходимо также отметить, что на выставке (ярмарке) собирается большое количество специалистов отрасли. В этой связи, она создает возможности для встречи с будущими партнерами и клиентами, причем их здесь будет гораздо больше, чем можно встретить в течение того же времени в своем офисе или нанося им визиты в других местах.

Возможными целями участия в этих мероприятиях могут быть: определение верхней границы цены товара, определение наиболее приемлемого уровня сервисного обслуживания.

С точки зрения совершенствования распределения товаров основными целями участия в выставочных мероприятиях являются:

- поиск новых торговых партнеров;
- оценка эффективности сложившейся системы распределения;
- формирование благоприятного имиджа предприятия;
- изучение рынков сбыта, поиск новых рынков, расширение числа покупателей;
- изучение предложений конкурентов и др.

Коммерческие итоги касаются *оценки экономической эффективности выставки, степени достижения целей по различным направлениям участия, количественного и качественного состава посетителей, а также эффективной работы персонала на стенде.*

Экономическая эффективность чаще всего определяют путем подсчета объемов продаж, количества договоров, заключенных во время выставки. Это несложно для товаров повседневного спроса.

Эффективность от выставочно-ярмарочной деятельности определяется по формуле:

$$\text{Эф.} = \text{Д} / \text{З},$$

где Д – сумма заключенных договоров;

З – сумма затрат на выставочно-ярмарочную деятельность.

Это несложно подсчитать для товаров повседневного спроса. Покупке дорогостоящих товаров предшествует достаточно продолжительное обслуживание, поэтому результаты выставки могут проявить себя через некоторый период времени. Кроме того, некоторые соглашения могут быть достигнуты на выставке не обязательно благодаря исключительно участию в ней (например, могут оказать воздействие рекламные мероприятия).

Анализ степени достижения поставленных целей по направлениям маркетинга дополняют оценку экономической эффективности выставки.

Степень достижения целей может быть оценена в процентах на основе опроса всех участвовавших в подготовке и проведении выставки. Степень достижения целей для каждого предприятия-участника выставки (экспонента) зависит, в конечном счете, от количественного и качественного состава посетителей, которых ему удалось привлечь на стенд. Поскольку правильность решения об участии в той или иной выставке выражается, в том числе, и в виде осуществленных контактов, оценка посетителей - это важный момент к определению эффективности отдельных действий по организации участия в выставочном мероприятии.

Кроме ведения журнала посетителей выставки, желательно проводить анкетирование ее посетителей. Основными критериями оценки посетителей в анкете необходимо включить:

- страну происхождения или для выставок, проводимых внутри страны, место, откуда прибыл посетитель;
- частоту посещения выставки;
- основные интересы посетителя;
- должность, занимаемая посетителем на предприятии;
- вид осуществленного контакта (например, получение информации, экономическое сотрудничество и т.д.);
- время пребывания на стенде (деловое общение).

Классификация посетителей на основании вышеприведенных критериев поможет предприятию оценить общую эффективность работы персонала в период подготовки и функционирования стенда. Количество посетителей можно определить по журналу или количеству распространенных анкет. Качественный анализ посетителей является первостепенной задачей ответственного по организации участия и опирается как на наблюдения персонала стенда, так и на бюллетенях посещения, которые следует заполнять с особой тщательностью. Классификация посетителей на основании критериев оценки посетителей (место, откуда прибыл посетитель; основные интересы посетителя; должность, занимаемая посетителем на предприятии; вид осуществленного контакта) способствует оценке общей эффективности работы выставки.

Выставки и ярмарки в Республике Казахстан

В настоящее время Казахстан является привлекательной страной для зарубежных компаний, которые развивают свой бизнес, благодаря удобному географическому положению, стабильной экономике и благоприятному инвестиционному климату.

Выставки, проводимые в нашей стране – это отличная площадка, на которой можно представить современные товары и лучшие услуги, а также познакомиться с продукцией местных и мировых производителей.

Ежегодно, с начала марта по конец ноября, в Казахстане проводятся свыше полусотни международных выставок, в которых принимают участие фирмы со всего мира, тем самым позволяя обеспечить экспорт и импорт в центрально-азиатском регионе, повысить эффективность производства сферы обслуживания.

Столица Астана и мегаполис Алматы традиционно принимают множество фестивалей и культурных мероприятий, выставок. В этих и ряде других крупных городах страны хорошо развита инфраструктура, много прекрасных мест для отдыха и развлечений, отвечающим высоким международным стандартам качества, а также множество гостиниц, готовых принять большое количество участников и гостей выставок.

Так, например, в Национальном музее Республики Казахстан с 2009 г. ежегодно проводится выставка-ярмарка «Шебер-2018». В рамках данного мероприятия определяются победители конкурса «Шебер». Конкурс нацелен на стимулирование развития ремесленной индустрии в Казахстане, поиск талантливых и перспективных ремесленников, возрождение давно забытых видов народного декоративно-прикладного искусства. Во время конкурса определяются победители в десяти номинациях: «Мұрагер» (Живое наследие), «Жоғарғы шеберлік» (Высокое мастерство), «Асыл ұстаз» (Наставничество), «Жоғарғы сапа» (Высокое качество), «Жаңашылдық» (Новаторство), «Дарынды бастау» (Начинающий талант), «Төлтумалық» (Подлинность), «Экодизайн», «Ұлттық мәдени бренд» (Казахский культурный бренд), «Қазақстандық ұлттық кәдесый» (Казахский сувенир) и «Озат іскер» (Предпринимательство). Также, по мнению самих мастеров, лучшему мастеру 2018 года будет присуждена награда Союза ремесленников Казахстана – «ХАС ШЕБЕР», серебряная медаль с оригинальным дизайном и сертификат [4]⁴.

В рамках мероприятия проводится выставка работ финалистов и победителей конкурса, а также показ коллекции этнической войлочной одежды.

Во время всего периода выставки-ярмарки проводятся мастер-шоу по казахским традиционным видам ремесел: изготовление войлока, традиционная вышивка крючком «биз кесте», керамика на гончарном круге, ткачество баскуров и ювелирное искусство[4].

⁴ <https://sxodim.com>

27-29 июня 2018 г. Международная выставочная компания «EXPOARNA» провела в Астане, ВЦ «Корме» III Международную специализированную выставку животноводства и птицеводства «AGRIANIMALS.KZ-2018» [5]⁵

Животноводство является важной отраслью сельского хозяйства Казахстана. Развитие этого сектора положительно скажется на экономической стабильности страны. Для качественных изменений в этой отрасли одним из условий является использование современных и зарекомендовавших себя методик и технологий, передовой сельскохозяйственной техники и оборудования, занятых в животноводстве и птицеводстве, инновационных решений для увеличения численности поголовья скота и птицы, дальнейшего повышения продуктивности и улучшения племенных качеств животных.

Правительством Республики Казахстан разработана Программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013-2020 годы «Агробизнес-2020», согласно которой выделяются субсидии и гранты для развития бизнеса в сфере мясного и молочного скотоводства, овцеводства и переработки сельскохозяйственной продукции, а также на приобретение оборудования и техники для данных целей.

Реализации этих задач служит проведение в Астане международной специализированной выставки «AGRIANIMALS.KZ-2018».

На данной выставке была предоставлена платформа: для презентации инновационных технологий, оборудования и техники передовых зарубежных и отечественных компаний в животноводческой и птицеводческой отраслях, для презентации и продажи скота, для обсуждения проблем отрасли, обмена опытом, интенсивного аграрного бизнес-диалога для реализации Государственной программы развития сельского хозяйства в Казахстане.

Казахстанская международная выставка животноводства и птицеводства «AGRIANIMALS.KZ» интересна для хозяйствующих субъектов, животноводов, птицеводов, специалистов АПК республики, т.к. именно на таких мероприятиях можно ознакомиться с новинками отрасли, а сельхозтоваропроизводители находят деловых партнеров для развития и расширения бизнеса в области агропромышленного комплекса. Выставка демонстрирует широкий спектр предложений по всем важнейшим направлениям животноводства. Производителю выставка предоставляет доступ к мировому рынку, а потребитель получит возможность изучить новейшие технологии в области животноводства.

В рамках выставки проводится насыщенная деловая программа, включающая проведение семинаров и презентаций. Проводятся ярмарки фермерской продукции, демонстрация и аукцион животных.

В КЦДП «Атакент», г. Алматы часто проходят выставочные мероприятия. Это единственный профессиональный выставочный комплекс в г. Алматы. Он включает в себя 6 современных выставочных павильонов, соединенных переходами между собой, общей площадью 19 610 м². Каждый павильон имеет

⁵ <http://agbz.ru/exhibitions/AGRIANIMALS-KZ>

отдельный вход и грузовые ворота и полностью соответствует всем требованиям современных выставочных технологий.

Например, с 4 по 6 апреля 2019 г. в КЦДП «Атакент» состоится 20-я Казахстанская Международная Выставка «Образование и Карьера 2019» [6]⁶.

Крупнейшая выставка по образованию в Республике Казахстан. Для школьников и студентов Казахстана и Зарубежья - это День открытых дверей ведущих вузов и колледжей.

Выставка способствует расширению международного сотрудничества в области образования, популяризации приоритетности образованности и профессионализма в современном мире, информированию молодежи о многообразии направлений и форм обучения в стране и за рубежом.

В рамках выставки вы получите возможность привлечь максимальное количество абитуриентов, студентов, желающих продолжить свое обучение, как в стране, так и за рубежом, установить сотрудничество с представителями соответствующих государственных структур, образовательных учреждений с целью обсуждения перспектив развития современного образования.

Разделы выставки:

- Дошкольное и среднее образование;
- Бакалавриат, Магистратура, Аспирантура;
- Курсы иностранных языков, тренинги;
- Образование за рубежом и программы по обмену студентами;
- Дополнительное профессиональное образование, планирование карьеры и консультационное развитие карьеры;
- Стипендии и гранты на обучение в зарубежных вузах;
- Информационные технологии в образовании;
- Учебная литература и пособия;
- Библиотеки, мебель для учебных заведений, канцелярские товары [6].

В г.Алматы на территории комплекса «Атакент» проходит также традиционная выставка-ярмарка индийских товаров [7]⁷. Цель - познакомить казахстанцев с товарами, производимыми в Индии. На выставке по доступным ценам можно приобрести украшения из натуральных камней, шкатулки и мебель из дерева, поделки из стекла и полудрагоценных камней, крема, несколько видов чая и многое другое. Помимо этого, индийские производители представили одежду собственного производства: традиционные сари и платки. Подобный формат встреч индийских производителей и казахстанских покупателей уже был опробован в разных городах Казахстана. По традиции время проведения выставки совпадает с периодом подготовки мужской части населения к Международному женскому дню. На выставке представлены товары 75 компаний, у которых есть интерес к казахстанскому рынку. Здесь представлены красивая мебель, натуральные камни, шелк. Изделия, в основном, ручной работы. Выставка, организованная представителями частного бизнеса

⁶ <https://www.advantour.com/rus/kazakhstan/almaty/exhibitions/education-and-career.htm>

⁷ https://www.inform.kz/ru/v-almaty-prohodit-vystavka-yarmarka-indiyskih-tovarov_a2537936

Индии, проводится при поддержке дипломатической миссии этой страны в Казахстане и акимата Алматы [7].

EXPO – 2017 - Международная специализированная выставка под эгидой Международного бюро выставок (МБВ), прошедшая в столице Казахстана г. Астана с 10 июня по 10 сентября 2017 г. Тема выставки «Энергия будущего». В ЭКСПО-2017 приняли участие 100 государств и более 10 международных организаций. Выставку посетили порядка 4 млн. человек, из которых 0,5 млн. человек приехали из других стран.

Главным объектом выставки стало самое большое сферическое здание в мире – «Нур Алем» (Сияющий мир). Его диаметр – 80 метров, а высота – 100 метров [8]⁸.

1.5 Товарные биржи как элементы рыночной инфраструктуры

История развития, сущность и основные функции товарных бирж

Первые биржи появились в XV-XVI вв. в Италии, Нидерландах, Франции. На собраниях купцов велись переговоры и заключались торговые сделки. Поэтому словом «биржа» стали называть собрание коммерсантов.

Сам термин «биржа» имеет несколько версий своего происхождения. Этимологически термин «биржа» происходит от греческого слова *byrza* (сумка, кошелек), немецкого *borse* и голландского *burse*. Одна из версий приписывает появление этого термина конкретной личности. Согласно ей в бельгийском городе Брюгге, который находился на пересечении многих европейских торговых путей и поэтому именовался «маклером христианских народов», была особая площадь, на которой собиралось для торгов купечество. Площадь носила название «де бурсе» (*de burse*) по имени крупной маклерской конторы господина Ван де Бурсе, владевшего здесь большим домом. На доме висел герб фирмы с изображением трех кожаных кошельков (мешков), которые на местном наречии именовались «*the buerse*». Владелец конторы предоставил свой дом для сбора купцов и, возможно, дал название этой форме торговли. Вообще характерно, что первые биржи часто располагались в гостиницах или чайных, а затем постепенно перебазировались на постоянное место в специальное здание.

Товарная биржа - это ассоциация юридических и физических лиц, которые осуществляют оптовые торговые операции по стандартам, образцами в специально отведенном месте, причем цены на товары устанавливаются в условиях свободной конкуренции.

Основные функции товарной биржи:

1. Организация рынка сырья с помощью биржевого механизма.

Прежде всего, биржа обеспечивает спрос на сырье, который прямо не связан с его использованием. Специфически биржевой спрос и предложение

⁸ Википедия. Международная специализированная выставка ЭКСПО-2017.

осуществляют деятели биржи - биржевые спекулянты. Биржевая торговля обеспечивает возможность того, что при существующих ценах не будет ни дефицита, ни затоваривания.

2. Стабилизация цен.

Колебания цены, вызванные расхождением реального спроса и реального предложения, слабо эластичны, не погашаются немедленно, а скорее обладают кумулятивностью - способностью превращаться в резкие колебания цены. Биржевая спекуляция является механизмом не вздувания цен, а их стабилизации.

3. *Выработка товарных стандартов, установление сортов, приемлемых для потребителей и потому обладающих относительной ликвидностью, регистрация марок фирм, допущенных к биржевой торговле.* Последнее особенно важно. Это своего рода ценз на качество продукции, произведенной фирмой. Важной стороной деятельности биржи является стандартизация типовых контрактов, своего рода установление традиций торговли.

4. *Товаропроводящая функция*, т.е. та функция, из-за которой они первоначально и возникли - *покупка и продажа реального товара.*

5. *Стабилизируя цены* на ограниченный список сырья и товаров, биржи *стабилизируют и издержки* на производство других, не только биржевых товаров.

6. *Стабилизация денежного обращения и облегчение кредита.* Биржа увеличивает емкость денежного обращения, т.к. она представляет собой сферу максимальной ликвидности товаров. Биржа - одна из важнейших сфер приложения ссудного капитала, поскольку она предоставляет надежное обеспечение ссуд и сводит риск к минимуму.

Товарную биржу следует рассматривать как *рынок рынков*. Крупные биржи, на которых концентрируются спрос и предложение товаров мировой торговли, дают возможность определить емкость рынка и условия конкуренции, обменяться информацией. Биржевая цена как результат свободной конкуренции является ориентиром для других рынков.

Для того чтобы стать биржевым, товар должен соответствовать определенным требованиям. Прежде всего, он должен быть массовым, а, следовательно, немонопольным. Количество товара определяют в соглашении в натуральных единицах. Фактическую величину продаж называют *лотами*, то есть *партиями*. Качество товара в соглашении определяют по стандартам и техническими условиями, условиями договора, предыдущим обзором, а также по образцам, что является одним из требований к биржевому товару.

В случае стандартизации качества биржевого товара как единую меру используют *базовый сорт*, т.е. наиболее распространенный вид продукции этого рынка. Так, в США твердая красная озимая пшеница является базовой относительно других сортов. В свою очередь, она имеет пять классов, из которых второй является сортом, котирующимся, и на его основе с помощью коэффициентов определяют цену других.

Особенностью биржевого товара с того, что его всегда можно купить и продать, то есть он вполне *ликвидный*.

Прежде чем попасть к потребителю, биржевой товар много раз переходит из рук в руки. Это обусловлено тем, что на бирже обращается не сам товар, а титул собственности на него или контракт на его поставку.

Котировочная цена - это типичная цена, которая устанавливается биржей с учетом конъюнктуры рынка.

Она является ценой равновесия спроса и предложения этого товара, устанавливается на основе экспертной оценки на определенный срок или дату и является ориентиром для продавцов и покупателей при заключении соглашений. Котировочные цены определяет выборный орган биржи - котировальный комиссия.

Котировка цен осуществляется двумя способами - регистрацией фактических цен спроса, предложения и соглашений и выводом типовой, то есть собственно котировочной цены или справочной цены котировочных комиссии. Исходя из конъюнктуры рынка относительно определенного товара на конкретную дату, из-за большого количества сделок типовую цену исчисляют как *среднюю цену сделок*, поскольку согласно закону больших чисел отклонения будут взаимно компенсироваться. Определение типовой цены из-за малого количества соглашений - сложный процесс, требующий высокого профессионализма членов котировочных комиссии. Конъюнктуру рынка определяют на основе трех параметров: *соотношение спроса и предложения; тенденции движения цен в течение биржевого дня; количеству совершенных сделок*. Справочная (котировочная) цена не является официальной или твердой ценой биржи. Это только мнение котировочной комиссии о наиболее типичной цене.

Членами биржи являются ее акционеры. Они имеют право бесплатно посещать биржу, пользоваться ее техническими средствами, заключать сделки. Кроме членов биржи в торгах могут принимать участие посетители - постоянные и разовые.

Субъект может получить статус *постоянного посетителя биржи*, приобретя соответствующий абонемент (или облигации), как правило, на год участия в биржевых торгах. Владелец абонемента может участвовать во всех биржевых торгах.

Статус *разового посетителя*, подтвержденный разовым входным билетом, дает право на участие в торгах в определенный день.

Участие предприятия в биржевой торговле на постоянных или разовых началах может осуществляться за определенную плату через *брокерские конторы и брокеров (маклеров)*.

Биржевой маклер - высококвалифицированный специалист, имеющий особый статус, дающий ему право на выполнение следующих функций:

- посредничество при заключении сделок через принятия поручений (приказов) членов и посетителей биржи, подбор соответствующих контрагентов;

- представительство интересов клиентов в осуществлении биржевых операций и заключение сделок от своего имени;
- консультирование торговцев по вопросам качества и свойств товаров, которые продаются;
- документальное оформление соглашений и передача их в регистрации;
- экспертные оценки и заключения по разным вопросам биржевых соглашений, торговой конъюнктуры и т.д.

Виды бирж и биржевых сделок

Биржи делятся на универсальные и специализированные.

Универсальными называют биржи, торгующие товарами различных групп.

Например, на американской бирже «Чикаго Борд оф трейд» реализуют пшеницу, кукурузу, овес, сою, бройлеров, фанеру, золото, серебро, нефть, бензин, мазут и т.д., то есть продовольственные и непродовольственные товары.

Биржи, объектом торговли которых являются отдельные товары или их группы, называются *специализированными*. В свою очередь, их разделяют на специализированные *широкого профиля и узкоспециализированные*.

Например, на Чикагской товарной бирже в США («Chicago Mercantile Exchange») осуществляется купля-продажа сельскохозяйственной продукции (крупного рогатого скота, свиней, продуктов их переработки и т.д.), на Нью-Йоркской («New York Mercantile Exchange») - кофе, какао, сахара. Биржа «Kansas City Board of Trade» является узкоспециализированной, поскольку торгует одним товаром - пшеницей.

Биржевая сделка, заключенная при участии маклеров, вступает в силу с момента подписания маклерской записки сторонами и маклеров, а при наличии у маклера предложения (оферты) от одной из сторон и письменного согласия (акцепта) от другой - лишь маклеров. Биржевая сделка - это письменно оформленный документ купли-продажи или поставки. Она бывает двух видов - с *реальным товаром* и *срочная*. В первом случае товар переходит от продавца к покупателю, то есть это реальный товарооборот. Товар должен находиться в помещении биржи (ее складах) или быть поставленным в срок от 1 до 15 дней после заключения соглашения. Такие сделки называют еще «спот».

Таким образом, на бирже осуществляются *четыре вида сделок*, представляющих собой разные модификации договора купли-продажи:

- *купля-продажа реального товара*, в том числе сделки с немедленной передачей или поставкой товаров или с передачей документов, подтверждающих право собственности на него;
- *форвардные сделки* – сделки купли-продажи товаров с отодвинутым сроком их поставки;
- *фьючерсные сделки* – сделки купли-продажи стандартных контрактов-товаров;

• *опционные сделки* – сделки купли-продажи прав на будущую куплю-продажу товаров или контрактов на поставку товаров по установленной цене.

Форвардные сделки – срочные сделки, совершаемые в разных сферах бизнеса, в том числе на товарных биржах, и предусматривающие обязательства поставки товара с исполнением в будущем, т.е. спустя определенный срок.

Особое значение в современной биржевой торговле имеют фьючерсы и опционы. *Фьючерсные сделки* представляют собой сделки купли-продажи стандартных контрактов по указанной в контракте цене с исполнением через определенный промежуток времени. Суть фьючерсного контракта состоит не в реальной поставке или передаче названных в нем товаров, а в получении или уплате разницы в рыночных ценах на моменты заключения сделок и исполнения контракта. Фьючерсы особенно привлекательны для участников биржевых торгов в условиях резкого колебания рыночных цен. Покупатель выигрывает, когда цены повышаются, продавец – когда цены понижаются. Успеха достигает тот, кто лучше может сориентироваться в рыночной конъюнктуре.

В настоящее время преобладают *фьючерсные биржи*. Биржи реального товара сохранились лишь в некоторых странах и имеют незначительные обороты. Они являются одной из форм оптовой торговли товарами местного значения, рынки которых отличаются низкой концентрацией производства, сбыта и потребления, или создаются в развивающихся странах в попытке защитить национальные интересы при экспорте важнейших для этих стран товаров. Наиболее крупные биржи реального товара действуют сейчас именно в развивающихся странах, например, в Индии – по джутовым изделиям, в Индонезии - по каучуку и кофе, в Малайзии - по олову. В отдельные периоды при отсутствии других форм организации рынка, биржи реального товара могут играть заметную роль.

Товарные биржи в Республике Казахстан

В Казахстане биржевую деятельность регламентирует Закон Республики Казахстан от 4 мая 2009 г № 155 – IV «О товарных биржах» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.05.2018 г.).

Согласно законодательству РК Товарной биржей является юридическое лицо, созданное в организационно-правовой форме акционерного общества, осуществляющее организационное и техническое обеспечение торгов путем их непосредственного проведения с использованием торговой системы товарной биржи.

Товарная биржа обеспечивает проведение торгов по установленным правилам биржевой торговли.

Товарная биржа осуществляет свою деятельность на основании лицензии, выдаваемой уполномоченным органом.

Деятельность товарной биржи

1. Основным видом деятельности товарной биржи являются организация и проведение биржевых торгов.

2. Товарная биржа осуществляет следующие функции:

- 1) организацию и проведение биржевых торгов;
- 2) регистрацию и оформление сделок, совершаемых на товарной бирже, в том числе сделок со спот-товарами;
- 3) организацию и осуществление расчетов по биржевым сделкам;
- 4) фиксирование биржевой цены на товар в результате проведенных торгов на товарной бирже;
- 5) разработку и утверждение правил биржевой торговли на основе типовых правил биржевой торговли;
- 6) организацию экспертизы качества биржевого товара, реализуемого через биржевые торги, по требованию участника биржевой торговли;
- 7) оказание организационных, консультационных, информационных, методических услуг, связанных с биржевой торговлей;
- 8) проведение аналитических исследований рынка биржевых товаров;
- 9) выпуск печатной продукции, относящейся к информации о биржевой деятельности;
- 10) организацию учебных курсов по обучению и повышению квалификации участников биржевого товарного рынка;
- 11) эксплуатацию торговой системы товарной биржи;
- 12) развитие международных биржевых торгов [9]⁹.

Государственные закупки через товарную биржу

1. Государственные закупки на товарной бирже осуществляются в порядке, установленном типовыми правилами биржевой торговли.

2. Государственные закупки на товарной бирже осуществляются в режиме двойного встречного аукциона.

3. Услуги по осуществлению государственных закупок через товарные биржи для заказчика оказываются на возмездной основе в рамках средств, предусмотренных в бюджете заказчика на соответствующий год.

Начало биржевой деятельности в стране было положено в 1991 году, когда была образована первая казахстанская товарная биржа - Западно-Казахстанская Универсальная Товарная Биржа «Жаик», которая впоследствии была реорганизована и стала именоваться Международной товарной биржей «Казахстан».

⁹ Закон Республики Казахстан от 4 мая 2009 г № 155 – IV «О товарных биржах» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.05.2018 г.).

*Список товарных бирж, соответствующих требованиям
Закона Республики Казахстан «О товарных биржах» по
минимальному размеру уставного капитала товарной биржи
в 300 000 МРП, по состоянию на апрель 2018 года [3]¹⁰*

1. АО «Товарная биржа «Евразийская Торговая Система» - 1 718 670 000 тенге;
2. АО «Универсальная товарная биржа «Астана» - 721 500 000 тенге;
3. АО «Товарная биржа «Жибек жолы» - 728 100 000 тенге;
4. АО «Международная Универсальная Товарная биржа «Берекет» - 1 014 406 000 тенге;
5. АО «Универсальная Товарная Биржа «Евразия» - 728 450 000 тенге;
6. АО «Товарная биржа «Каспий» - 1 316 000 000 тенге;
7. АО «Товарная Биржа «Казахстанская Электронная Торговая Система» - 728 496 000 тенге;
8. АО «Универсальная Товарно-сырьевая Биржа Евразийского Сотрудничества – 729 000 000 тенге;
9. АО «Международная Товарная Биржа «Казахстан» - 1 056 563 000 тенге;
10. АО «Универсальная товарная биржа «Шелковый путь» - 750 000 000 тенге.

1.6 Рекламные агентства и их функции

Понятия, сущность и виды рекламной деятельности

Реклама - термин происходит от латинского слова «reklamare» — «громко кричать» или «извещать» (в Древней Греции и Риме объявления громко выкрикивались или зачитывались на площадях и в других местах скопления народа).

Известный маркетолог Филип Котлер (Philip Kotler), профессор маркетинга Северо-Западного университета США, дает следующее определение рекламы: «Реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования» (Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1990, с. 511).

Простейшие формы рекламы существовали еще до нашей эры. Одним из первых, дошедших до нашего времени рекламных обращений, считается египетский папирус, в котором сообщалось о продаже раба. Его текст гласил: «Он прекрасно слышит обоими ушами, видит обоими глазами. Гарантирую его умеренность в пище, честность, покорность». Хранится папирус в Британском музее. Современные исследователи также считают одним из древнейших рекламных текстов высеченную на камне надпись, найденную в развалинах древнейшего города Мемфиса: «Я, Рино с острова Крит, по воле богов толкую

¹⁰ <http://economy.gov.kz> Официальный Интернет-ресурс Министерства национальной экономики РК

сновидения». Однако оперативность рекламы, исполненной на камне и металле, весьма низка по сравнению с настенной рекламой.

Виды рекламной деятельности в экономической сфере (предмет рекламы) можно классифицировать следующим образом: производство, торговля, финансы, предложения рабочей силы, поиски работы.

Наиболее распространенной сферой рекламной деятельности является *торговая реклама*, предметом рекламного воздействия — товары, торговые предприятия, услуги, оказываемые этими предприятиями. По своей сущности *торговая реклама* — это целенаправленное распространение информации о потребительских свойствах товаров и различных сопровождающих продажу товаров видах услуг, предпринятое для создания им популярности, привлечения к ним внимания потребителей с целью создания спроса на товары и услуги и увеличения их реализации.

Рекламные сообщения отличаются от обычных информационных тем, что они *выполняют функцию увещательного воздействия на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары (услуги)*. Поэтому способность рекламы оказывать воздействие на человека и создавать спрос на товары позволяет использовать ее для воспитания разумных потребностей, эстетических вкусов и запросов населения. Реклама составляет часть рыночного маркетинга, задача которого состоит в обеспечении бесперебойного сбыта произведенной продукции. Реклама должна точно и правдиво информировать потребителя о качестве, свойствах, ассортименте, правилах пользования (эксплуатации), потребления и других сведениях о товарах и услугах. Эта функция рекламы создает предпосылки для более эффективного производства товаров и лучшего удовлетворения потребностей населения. Недопустимо использовать в рекламных сообщениях преувеличенные данные о качестве товаров или, более того, выдавать фальсифицированный товар за полноценный, воздействовать на низменные наклонности человека и использовать другие отрицательные мотивации. Оформление рекламы должно отвечать современным эстетическим требованиям, а расходы на ее организацию не должны превышать разумных (рациональных) размеров.

Рекламные агентства и их функции

Главной предпосылкой рационализации рекламной деятельности во всем ее масштабе является методическая и плановая подготовка *рекламных сообщений* и правильное их использование на всех этапах рекламного процесса.

Повышению эффективности рекламной деятельности способствует создание *рекламных агентств*, которые проводят ее на высоком профессиональном уровне, более рационально используют финансовые средства и обеспечивают высокое качество рекламы. Рекламные агентства проводят комплексные исследования рынка и оценку конъюнктуры, они

оснащены вычислительной техникой, позволяющей быстро и точно обрабатывать получаемую информацию.

В реализации рекламного процесса принимают участие следующие субъекты:

1. *Рекламодатель* — юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы. В роли рекламодателя может выступать любая торговая или производственная фирма, банк, инвестиционная компания, частный предприниматель, оплачивающие рекламу в соответствии со сделанным заказом.

Основные *функции* рекламодателя:

- определение объекта рекламы;
- определение особенностей рекламирования выбранного объекта (видов рекламы, создаваемых рекламных материалов, необходимого уровня рекламного представления);
 - планирование затрат на рекламу;
 - подготовка и передача исходных материалов рекламному агентству: формулирование целей и задач рекламы с учетом целевых групп потребителей, подготовка исходных текстов с акцентированием на главных достоинствах и особенностях рекламируемого объекта, представление, по возможности, образца товара;
 - подготовка договора со второй стороной — рекламным агентством — о создании рекламных материалов и размещении рекламы в средствах массовой информации, о проведении различных рекламных мероприятий;
 - помощь исполнителю рекламы в ходе создания рекламных материалов;
- утверждение эскизов, текстов, сценариев созданных рекламных средств и оригиналов рекламной продукции;
- оплата выполненных работ.

2. *Рекламопроизводитель* — юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме.

3. *Рекламораспространитель* — юридическое или физическое лицо, осуществляющее размещение и (или) распространение рекламной информации путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств радио- и телевидения, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами.

В качестве основных рекламопроизводителей и рекламораспространителей на казахстанском рынке выступают *рекламные агентства*, которые условно подразделяются на *рекламные агентства с полным циклом услуг* и *агентства, специализирующиеся на оказании только отдельных видов услуг*.

В первую группу входят агентства, осуществляющие исследования, планирование, творческую деятельность, производство рекламных средств, а также услуги нерекламного характера: обеспечение public relations, PR(связи с

общественностью), разработка упаковки, организация выставок-продаж, презентаций и т. п.

В последние годы в рекламной практике наметилась тенденция к специализации агентств. Специализация агентств способствует росту качества и творческого уровня выполнения ими отдельных видов рекламных работ. Однако такие агентства не имеют достаточной информации в области маркетинговых исследований, что может сказаться на снижении эффективности применения рекламных средств.

Реклама как одна из важнейших маркетинговых функций осуществляется большинством участников рыночной деятельности.

В современных условиях реклама представляет собой одну из отраслей экономики, объединяющую десятки тысяч рекламных агентств и бюро. От того, насколько эффективно будет работать эта система, в немалой степени зависит эффективность функционирования экономики в целом.

Становление рекламы как самостоятельной отрасли во многом зависит от уровня организации деятельности рекламных агентств, действующих на казахстанском рынке рекламных услуг, от форм ведения рекламы, которые выбирают для себя рекламные агентства, от их профессионализма и стоимости рекламных услуг.

Развитие рекламных агентств обусловлено следующими *причинами*:

Во-первых, рекламные агентства систематически сталкиваются с разнообразными маркетинговыми ситуациями, что способствует более глубокому пониманию интересов потребителей, приобретению навыков и повышению своей компетенции. Это позволяет создавать качественные рекламные средства и обеспечивать эффективность их применения.

Во-вторых, рекламные агентства как независимые организации, исключают отрицательное воздействие на рекламу таких объективных факторов, как излишняя зависимость рекламы от вкусов отдельных руководителей, неверные установки относительно ожидаемой ответной реакции потребителей и др.

В-третьих, рекламные агентства имеют устойчивые связи со средствами массовой информации, стабильно и своевременно закупают у них время и место для размещения рекламы. Сотрудничество с рекламными агентствами позволяет рекламодателю оперативно решать свои проблемы, помогает ему сэкономить средства и время.

В-четвертых, пользование услугами рекламных агентств обеспечивает системный подход к рекламе, что способствует росту ее эффективности.

Рекламные агентства как участники рекламного процесса выполняют следующие *основные функции*:

- осуществляют взаимоотношения со средствами массовой информации, размещая в них заказы и контролируя их выполнение;
- создают рекламную продукцию на основе полученных от рекламодателей заказов, разрабатывают планы комплексных рекламных кампаний, других

рекламных мероприятий, используя потенциал как творческих, так и технических специалистов;

- ведут расчеты с рекламодателями и средствами массовой информации;
- сотрудничают с типографиями, студиями, рекламными комбинатами, внештатными специалистами.

Рекламная деятельность в Республике Казахстан [11]¹¹

В Казахстане действует Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-ІІ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.05.2018 г.).

Закон РК от 11.07.17 г. № 90-VI (вводится в действие с 1 января 2018 г. - для городов районного значения, сел, поселков, сельских округов с численностью населения более двух тысяч человек; с 1 января 2020 года - для городов районного значения, сел, поселков, сельских округов с численностью населения две тысячи и менее человек).

Реклама должна распространяться на казахском и русском языках, а также по желанию рекламодателя и на других языках. Перевод рекламы не должен искажать ее основной смысл.

Товары, работы, услуги производства и реализация которых запрещены, не подлежат рекламированию. В случае, если этот вид рекламы подлежит лицензированию, необходимо указывать номер лицензии и ответственный орган выдавший лицензию.

В целях автоматизации процессов лицензирования, разрешительных документов была создана Информационная система «Государственная база данных «Е-лицензирование».

Согласно законодательству Республики Казахстан реклама незарегистрированных религиозных организаций и духовных учебных заведений запрещается.

Теле- и радио реклама

Реклама в теле- и радиопрограммах является самой действенной и эффективной. За исключением бегущей строки, этот вид рекламы не должен превышать 20% от общего объема вещания в сутки. Звук рекламы не должен быть громче звука транслируемой программы.

Во время трансляции официальных сообщений, выступлений кандидатов в Президенты Республики Казахстан и в депутаты представительных органов, образовательных и религиозных передач запрещается их прерывание рекламой, бегущей строкой, за исключением рекламы, предназначенной для детей и подростков.

¹¹ <http://egov.kz> Государственные услуги и информация онлайн

Реклама в области здравоохранения

Реклама медицинских услуг, методов и средств профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, лекарств, медицинских изделий и медицинской техники, БАДов осуществляется при наличии разрешения. Реклама должна быть достоверной, понятной без каких либо специальных знаний. Не допускается сравнение с другими лекарствами, медицинской техникой, БАДами. Реклама лекарственных средств может размещаться и распространяться в специализированных медицинских изданиях, иных средствах массовой информации и организациях здравоохранения. Но при этом реклама лекарственных средств, отпускаемых по рецептам, например, с содержанием наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров, может осуществляться только в специализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников. Срок действия разрешения определяется сроком действия регистрационного удостоверения на рекламируемое лекарственное средство. Реклама лекарств делится на два вида:

- предназначенная для специалистов;
- для населения.

Рекламируемые свойства и характеристики лекарства должны соответствовать инструкции по его медицинскому применению, который был утвержден при государственной регистрации.

Также в медицине есть виды материалов, которые можно рекламировать без специального разрешения:

- инструкция, торговые каталоги, прайс-листы, справочные материалы, методички, научные и учебные материалы медицинского характера;
- информация о физическом или юридическом лице-производителе лекарственных средств, изделия медицинского назначения и медицинской техники;
- научно-информационный материал;
- нанесение логотипа, торгового или международного непатентованного названия на распространяемую продукцию среди медицинских и фармацевтических работников, это ручки, блокноты, сумки, медицинские халаты;
- оформление рекламной информацией витрин, внешних и дверных вывесок и плакатов, внутреннее оформление организаций здравоохранения.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

Все телеканалы, осуществляющие вещание на территории Республики Казахстан, при размещении рекламы обязаны соблюдать основные нормативно-

правовые акты – Закон «О средствах массовой информации», Закон «О Рекламе», Закон «О языках в Республике Казахстан», а также иные нормативно-правовые акты регулирующие вопросы рекламы конкретного объекта рекламирования.

Запрещается реклама [12]¹²:

- этилового спирта и алкогольной продукции;
- заменителей грудного молока;
- товаров (работ, услуг), подлежащих обязательному подтверждению соответствия, не прошедших их подтверждение соответствия;
- табака и табачных изделий;
- в форме проведения различных мероприятий, в том числе розыгрышей призов, лотерей, направленных на стимулирование спроса и интереса к алкогольной продукции, табаку и табачным изделиям;
- деятельности финансовой (инвестиционной) пирамиды;
- реклама товаров (работ, услуг) с использованием элементов товарного знака или названия, известного как наименование алкогольной продукции, табака и табачного изделия, которые прямо или косвенно предлагают алкогольную продукцию, табак и табачное изделие;
- реклама организациями, предоставляющими услуги по подтверждению соответствия.

При производстве, распространении, размещении рекламы финансовых (в том числе банковских), страховых, инвестиционных и иных услуг, связанных с использованием денег физических и юридических лиц, а также ценных бумаг, запрещается:

- приводить в рекламе информацию, не имеющую непосредственного отношения к рекламируемым услугам или ценным бумагам;
- гарантировать получение дохода и размеры дивидендов по простым акциям;
- рекламировать ценные бумаги без регистрации эмиссии, а также при приостановлении или признании эмиссии ценных бумаг несостоявшейся;
- предоставлять любые гарантии или предложения о будущей эффективности (доходности) деятельности, в том числе путем объявления роста курсовой стоимости ценных бумаг;
- скрывать любое из существенных условий, оговоренных в рекламе, договоров;
- реклама видов предпринимательской деятельности, которая призывает физических лиц получить свою прибыль или выгоду за счет вовлечения других физических лиц в деятельность данного предприятия или покупку товаров данного предприятия;

¹² Закон РК от 19 декабря 2003 г. №508-ІІ «О рекламе» с изм.и доп. по сост. на 24.05.2018 г.

- реклама жилых домов (жилых зданий) после лишения судом разрешения на привлечение денег дольщиков.

Наружная (визуальная) реклама

Размещение наружной (визуальной) рекламы осуществляется в виде плакатов, транспарантов, флагов, стендов, световых табло, билбордов, стел, указателей, афиш и иными способами отображения и нанесения рекламных изображений и надписей на рекламных сооружениях, на движимых и недвижимых объектах.

К объектам наружной (визуальной) рекламы не относятся следующие объекты рекламы:

- вывеска;
- информация о режиме работы;
- внешнее или внутреннее оформление витрин и окон для внешнего визуального восприятия следующего характера:
- образцы товарной продукции;
- средства собственной индивидуализации;
- декоративное и праздничное оформления.
- информационное табло с указанием видов нефтепродуктов, цен на нефтепродукты, наименования и логотипа продавца, установленное при въезде на автозаправочные станции;
- информационный стенд, содержащий сведения о курсах покупки и продажи наличной иностранной валюты в тенге.

Наружная (визуальная) реклама не должна снижать транспортно-эксплуатационные качества дороги, нарушать требования безопасности движения транспортных средств и охраны окружающей среды, иметь сходство с дорожными знаками и указателями, ухудшать их видимость или эффективность восприятия, ослеплять пользователей дороги. За размещение наружной (визуальной) рекламы на объектах стационарного размещения рекламы в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования республиканского и областного значения взимается плата в порядке и размерах, установленных налоговым законодательством Республики Казахстан.

Запрещается размещение наружной (визуальной) рекламы на территории памятников истории и культуры, культовых объектов, а также на особо охраняемых природных территориях. Уполномоченные органы в течение 5 рабочих дней после получения заявления выдать разрешение на размещение объектов наружной (визуальной) рекламы либо письменный ответ с обоснованным отказом.

Реклама на транспортных средствах

Распространение, размещение рекламы на транспортных средствах осуществляются с соблюдением правил безопасности дорожного движения на основании договоров с собственниками транспортных средств и с лицами, обладающими иными вещными правами на транспортные средства, если законом или договором не предусмотрено иное в отношении лиц, обладающих иными вещными правами на это имущество [12].

Контрольные вопросы:

1. В чем состоит сущность рыночной инфраструктуры?
2. Каковы основные функции рыночной инфраструктуры?
3. Какие существуют виды рынков?
4. Какие основные функции рынка выполняет рынок?
5. Что означает понятие «Аукцион»?
6. Как и когда возникли аукционы?
7. В чем сущность прямого аукциона (английского)?
8. Как проходит обратный оптовый аукцион (голландский)?
9. Какие существуют самые известные аукционы мира?
10. Как проводятся аукционы в Казахстане?
11. В чем состоит сущность выставки и ярмарки?
12. Какие виды ярмарок (выставок) существуют?
13. Какова роль выставок и ярмарок в продвижении товаров на рынок?
14. В чем преимущества выставок и ярмарок перед другими методами продвижения товаров на рынок?
15. Как проводится оценка экономической эффективности выставки (ярмарки)?
16. Какие выставки и ярмарки действуют в Республике Казахстан?
17. Как и когда возникли товарные биржи?
18. Что означает понятие «товарная биржа» и каковы ее основные ее функции?
19. Какие основные требования предъявляются к биржевому товару?
20. Что означают конъюнктура рынка и котировка цен на бирже?
21. Кто основные участники торговой биржи?
22. Какие существуют виды бирж?
23. Как функционируют товарные биржи в Республике Казахстан?
24. Какова история возникновения рекламы и ее цель?
25. Какие существуют виды рекламы в экономической сфере? Какова роль торговой рекламы?
26. Какие функции выполняет рекламодатель?
27. Каковы причины развития рекламных агентств и их основные функции?
28. Какие существуют виды рекламной деятельности в Республике Казахстан?

Глоссарий

Аукцион — публичная продажа товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства и других объектов, которая производится по заранее установленным правилам аукциона.

Выставка — кратковременное мероприятие, периодически проводимое обычно в одном и том же месте, в рамках которого значительное количество предприятий (экспонентов) с помощью образцов (экспонатов) демонстрируют новые товары одной или нескольких отраслей для информирования потенциальных потребителей о своей фирме и ее продукции в целях содействия продажам.

Инфраструктура товарного рынка - это торговля (оптовая и розничная), аукционы, ярмарки, товарные биржи, государственная контрактная система, антимонопольные структуры и т.д.

Инфраструктура рынка рабочей силы охватывает биржи труда, службу занятости, переподготовку рабочей силы, организацию общественных работ, регулирование миграции населения и др.

Котировочная цена - это типичная цена, которая устанавливается биржей с учетом конъюнктуры рынка.

Реклама - это неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования.

Рекламодатель — юридическое или физическое лицо, являющееся источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы. В роли рекламодателя может выступать любая торговая или производственная фирма, банк, инвестиционная компания, частный предприниматель, оплачивающие рекламу в соответствии со сделанным заказом.

Рыночная инфраструктура — это совокупность элементов, обеспечивающих бесперебойное многоуровневое функционирование хозяйственных взаимосвязей, взаимодействие субъектов рыночной экономики и регулирующих движение товарно-денежных потоков.

Товарная биржа - это ассоциация юридических и физических лиц, которые осуществляют оптовые торговые операции по стандартам, образцами в специально отведенном месте, причем цены на товары устанавливаются в условиях свободной конкуренции.

Финансовая инфраструктура - это банковская система, фондовая биржа, валютная биржа, брокерские, аудиторские и страховые компании, инвестиционные компании и др.

Ярмарка — кратковременное мероприятие, периодически проводимое обычно в одном и том же месте, в целях привлечения значительного числа предприятий (экспонентов) одной или нескольких отраслей, представляющих образцы своих товаров (экспонатов) для их демонстрации, ознакомления и заключения торговых сделок.

2. ИНФРАСТРУКТУРА ФИНАНСОВОГО РЫНКА

2.1 Банки и их деятельность

Коммерческий банк – это юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, осуществляющее депозитные, кассовые, переводные, учетные, ссудные и другие операции, согласно законодательству Республики Казахстан.

Как видно из определения, основное назначение банка – это посредничество в перемещении денежных средств от кредиторов к заемщикам и от продавцов к покупателям.

Классификация банков

В зависимости от специфики банков, их можно подразделить на два основных вида: эмиссионные и неэмиссионные.

Эмиссионные – это центральные банки, наделенные исключительным правом эмиссии денежных знаков в обращение. В разных странах они называются национальными, народными, резервными. В Казахстане – это Национальный Банк Республики Казахстан. Главной его задачей является выпуск денег в обращение, торговля денежным товаром среди банков, управление эмиссионной, кредитной и расчетной деятельностью банковской системы. Он является верхним уровнем банковской системы страны. Все остальные банки являются неэмиссионными, т.к. не имеют право выпуска денег в обращение.

К основным *функциям Национального банка* относятся:

- Эмиссионная.
- Функция аккумуляции и хранения кассовых резервов для коммерческих банков, которая заключается в том, что каждый коммерческий банк, являющийся членом национальной кредитной системы, обязан хранить на резервном счете в Национальном банке сумму в определенном соотношении к размеру его вкладов.
- Традиционная функция хранителя официальных золото-валютных резервов страны.
- Предоставление кредитов и выполнение расчетных операций для правительственных органов.
- Осуществление операций с государственными ценными бумагами.
- Предоставление государству кредита в форме прямых краткосрочных и долгосрочных ссуд или покупки государственных облигаций.
- Проведение по поручению правительственных органов операций с золотом и иностранной валютой.
- Осуществление денежно-кредитной политики, которая представляет собой совокупность мероприятий денежной политики (она, прежде всего, регулирует изменение денежной массы) и кредитной политики (нацелена на регулирование объема кредитов, уровня процентных ставок и других показателей рынка ссудных капиталов).

Национальный Банк РК должен также принимать меры по сдерживанию инфляции, чтобы она не превышала запланированных показателей на уровне 6-8%, так как высокая инфляция является причиной замедления темпов экономического роста. В Казахстане инфляция рассчитывается на основе индекса потребительских цен, характеризующего изменение общего уровня цен на товары и услуги, приобретаемые населением для личного потребления в городах Астане и Алматы, во всех областных центрах и по выборочному кругу городов и районных центров. Потребительская корзина для расчета инфляции отражает структуру расходов домашних хозяйств и включает в себя 508 товаров и услуг, занимающих наибольший удельный вес в потреблении населения.

Правлением Национального Банка РК одобрена денежно-кредитная политика страны до 2020 г., предусматривающая переход на режим *инфляционного таргетирования*, как наиболее оптимального на данном этапе развития страны. Твердая ориентация Национального Банка на снижение и стабилизацию инфляции на низком уровне повышают доверие рынков к финансовому регулятору и способствуют устойчивому и сбалансированному экономическому росту. Известно, что высокая инфляция наоборот, порождает неуверенность в основных ценах, в том числе в реальных процентных ставках и обменном курсе, подавляя, таким образом, стимулы для долгосрочного кредитования инвестиций и роста.

Таким образом, проблема финансовой стабилизации имеет два важных аспекта: *макроэкономический* и *структурный*. Необходимым фактором достижения устойчивой стабильности цен является последовательный курс на ограничительную денежную политику. В настоящее время в стране созданы основные макроэкономические предпосылки и на первый план выдвигается задача структурной перестройки экономики.

Достижение финансовой стабилизации в Казахстане является предпосылкой оживления деловой активности в реальном секторе экономики, без чего невозможно обеспечить ее стабилизацию и достижение фазы экономического роста.

Национальный Банк РК контролирует предложение денег, варьируя резервами коммерческих банков, выступающих источником предложения кредитов, при этом реализуя государственную монетарную политику тремя способами: проводя операции с ценными бумагами на открытом рынке, изменяя минимальную норму обязательных резервов, определяя величину учетной ставки.

Путем установления нормы обязательных резервов Национальный Банк воздействует на способность коммерческих банков расширить кредитную эмиссию. Высокие нормы вызваны необходимостью противодействовать увеличению денежной массы коммерческими банками в условиях проведения антиинфляционных мер. Необходимо отметить, что ужесточение резервных

требований приводит к росту неработающих активов и к снижению прибыльности коммерческих банков.

Важным инструментом денежно-кредитной политики Национального Банка РК является *ставка рефинансирования*. В соответствии с постановлением Правления Национального Банка Республики Казахстан №30 от 24 февраля 2017 года «Об официальной ставке рефинансирования» с 1 апреля 2017 года значение официальной ставки рефинансирования приравнивается к значению базовой ставки, установленному на соответствующую дату. 16.10.2018г. Национальный Банк РК принял решение установить базовую ставку 9,25%.

Коммерческие банки представляют собой частные и государственные банки, проводящие универсальные операции по кредитованию промышленных, торговых и других предприятий, главным образом за счет денежных капиталов, которые они получают в виде вкладов.

Функции коммерческих банков:

- аккумуляция бессрочных депозитов (ведение текущих счетов) и оплата чеков, выписанных на эти банки;
- предоставление кредитов предпринимателям;
- осуществление расчетов и организация платежного оборота в масштабах всего национального хозяйства и др.

В зависимости от количества выполняемых функций выделяют универсальные и специализированные коммерческие банки.

1. *Универсальные коммерческие банки* – это кредитные учреждения, выполняющие большинство финансовых операций и услуги (до 200 разнообразных продуктов и услуг).

2. *Специализированные банки* – это кредитные учреждения, выполняющие одну или несколько функций, а также осуществляющие свою деятельность в определенной сфере экономики.

Исходя из функциональной специализации банков, можно выделить инвестиционные, инновационные, ипотечные банки.

Инвестиционные и инновационные банки специализируются на аккумуляции денежных средств на длительные сроки, в том числе посредством выпуска облигационных займов, акций и других ценных бумаг и предоставлении долгосрочных ссуд. Инновационные банки также являются инвестиционными, но кредитуют только разработку и освоение технологических нововведений (инноваций).

Ипотечные банки осуществляют кредитные операции по привлечению и размещению средств на долгосрочной основе под залог земли и недвижимого имущества. В пассиве этих банков значительную долю составляют ипотечные облигации, акции и другие ценные бумаги.

3. По *территориальному признаку* банки делятся на *местные (региональные)*, обслуживающие потребности ряда регионов, страны в целом, и международные.

4. По *характеру собственности* банки могут быть государственные, акционерные, кооперативные, частные, муниципальные, смешанные.

Наиболее распространенная форма собственности в современном банковском деле – *акционерная*, учредителями и участниками которых могут быть самые разные юридические и физические лица.

Посреднические операции коммерческих банков

В качестве финансового посредника банки выполняют следующие операции:

- посредничество в кредите;
- посредничество в расчетах;
- кастодиальная деятельность;
- брокерско-дилерская деятельность и пр.

Банки являются *непременными участниками биржи*.

Кроме того, банки в своей деятельности осуществляют:

- пассивные операции;
- активные операции;
- собственные операции.

Пассивные операции связаны с формированием ресурсов банков за счет собственных, привлеченных и эмитированных средств.

К *собственным средствам* относятся акционерный, резервный капитал и нераспределенная прибыль. Основным источником активных операций коммерческого банка выступают привлеченные средства (депозиты, а также *контокоррентные и корреспондентские счета*).

Активные операции связаны с размещением банковских ресурсов (кредитные операции). Срок предоставления кредитов определяет их как *срочные и онкольные*. В зависимости от обеспечения, под которое выдаются ссуды, различают *вексельные, подтоварные, фондовые и бланковые операции*.

Вексельные операции подразделяются на операции *по учету векселей и кредиты под залог векселей*. Учет (дисконтирование) векселей означает их покупку банком до истечения срока погашения. *Дисконт* – разница между суммой, обозначенной на векселе, и суммой, выплачиваемой *векселедержателю*.

К активным вексельным операциям банков относятся *акцептная и авальная*.

Акцептная заключается в том, что банк предоставляет право клиенту *выписывать векселя*, которые банк акцептует, т.е. гарантирует оплату по ним за свой счет. Клиент, пользующийся им, обязуется внести к истечению срока векселя соответствующую сумму в банк для оплаты векселя.

Важной формой использования кредита является *аваль*. В этом случае платеж по векселю совершается непосредственно *векселедателем*, а аваль служит лишь *гарантом платежа*. При неспособности *векселедателя* оплатить вексель

ответственность за совершение платежа переносится на банк, который поставил аваль.

Важным видом активных операций банков являются *подтоварные кредиты-займы под залог товаров и товарораспорядительных документов*: warrants (свидетельство о том, что товар принят на ответственное хранение на склад); ж/д накладных, коносаментов (свидетельство пароходных обществ о приеме груза на корабль); накладных о перевозке грузов.

Другой вид активных операций – *фондовые операции*, объектом которых служат различные виды ценных бумаг. Эти операции выступают в виде кредитов под обеспечение ЦБ и покупки банком за свой счет.

Крупнейшие банки мира [13]¹³

Каждый год американская аналитическая компания S&P Global Intelligence выпускает рейтинг крупнейших мировых банков по объемам активов. В течение 2017 г. в ТОПе находились китайские банки (занимают четыре первых места в списке). Это и не удивительно, учитывая, что китайская экономика продолжает расти со скоростью, примерно в три раза превышающей темпы роста крупнейшей в мире экономики США.

S&P Global Intelligence включили в этот рейтинг 28 мировых банков с активами более \$ 1 трлн. В список вошли учреждения из Азии, Северной Америки и Европы. В целом, 11 европейских, 11 азиатских и 6 – из Северной Америки имеют активы более \$ 1 трлн.

ТОП-10 крупнейших банков мира по размеру активов:

1. *Industrial & Commercial Bank of China* (Промышленно-торговый банк Китая). Банк является крупнейшим в мире. Стоимость его активов составляет \$3,62 трлн. Также банк является четвертым в мире по объему выручки — \$134,8 млрд.
2. *China Construction Bank Corp.* Стоимость активов второго крупнейшего банка в мире составляет \$2,94 трлн. Банк имеет 13 629 филиалов внутри страны, а также филиалы в Нью-Йорке, Сеуле, Сингапуре, Токио, Мельбурне, Сиднее, Барселоне, Франкфурте, Люксембурге, Гонконге, Йоханнесбурге и Окленде.
3. *Agricultural Bank of China* (Сельскохозяйственный банк Китая). Еще один китайский банк в рейтинге. Стоимость активов составляет \$2,82 трлн. Компания насчитывает 320 миллионов розничных клиентов, 2,7 миллиона корпоративных клиентов и почти 24 000 отделений.
4. *Bank of China* (Банк Китая). Стоимость активов компании составляет \$2,63 трлн. Банк был основан в 1912 году и является самым старым банком в материковом Китае.

¹³ <https://psm7.com>

5. *HSBC Holdings*. Это крупнейший банк Великобритании, стоимость его активов оценивается в \$2,57 трлн. Британский банк имеет офисы в 80 странах и по всей Великобритании.
6. *Финансовая группа Mitsubishi UFJ*. Банк является второй по величине публичной компанией в Японии, а стоимость активов составляет \$2,46 трлн. Компания была сформирована 1 октября 2005 года путем слияния токийской Mitsubishi Tokyo Financial Group и UFJ Holdings в Осаке.
7. *J.P. Morgan Chase & Co.* Шестой крупнейший банк в мире и самый крупный в США. Стоимость активов этого многонационального банка со штаб-квартирой в Нью-Йорке составляет \$2,45 трлн. Chase имеет более 5100 филиалов и работает более чем в 100 странах.
8. *BNP Paribas*. Штаб-квартира компании находится в Париже, а также банк имеет представительства в 75 странах по всему миру. Стоимость активов составляет \$2,4 трлн. В 2016 году банк занимал второе место по размеру активов среди банков Евразоны.
9. *Bank of America*. Стоимость активов составляет \$2,15 трлн. Компания фокусируется на розничном банковском обслуживании и имеет около 5 000 торговых точек. Банк предлагает личный и бизнес-банкинг, а также инвестиционные услуги.
10. *Credit Agricole Group*. Французский банковский гигант замыкает десятку крупнейших банков в мире. Размер активов составляет \$1,91 трлн. Компания была основана в 1894 году и имеет штаб-квартиру в Монруже, Франция. Forbes называет Credit Agricole Group одной из 20 наиболее устойчивых компаний в мире.

Причины, по которым швейцарские банки – самые надежные [14]¹⁴

В настоящее время Швейцария является одной из богатейших стран в мире и одним из важнейших финансовых центров (рисунок 5).



Рисунок 5 - Государственный флаг и валюта Швейцарии

На протяжении нескольких столетий Швейцария сохраняла *нейтралитет* по отношению ко многим происходящим в мире событиям, что позволило ей развивать свою экономику.

¹⁴ <https://infobank.by>

Первые швейцарские банки возникли в середине XIX века. Это были либо государственные кантональные (т.е. привязанные к определенному кантону – региону Швейцарии), либо частные финансово-кредитные учреждения.

В настоящее время среди банковских холдингов выделяются UBS («Union Bank of Switzerland») и Credit Suisse Group (актив этого банка - более \$1,1 трлн.).

Почему швейцарские банки не могут быть банкротами?

Традиционные банки привлекают депозиты, платят по ним проценты и выдают кредиты под залог. Практически весь капитал банка основан на привлеченных заемных средствах, поэтому невозвратность кредитов может стать причиной банкротства банка. Обычно банки зарабатывают на разнице (маржа) между ставками по депозитам и по кредитам – так формируется их доход.

Крупнейшие банки Швейцарии не предоставляют традиционные банковские услуги: они не привлекают депозиты под проценты и не выдают кредиты под залог. В этом и кроется секрет надежности швейцарских банков.

Швейцарские банки привлекают значительные средства, но не гарантируют «хороших» процентов по этим вкладам. Вместо этого они осуществляют доверительное управление (трастовые операции), прибыль от которых идет владельцу счета (например, инвестиции в безрисковые проекты, вложения в ценные бумаги). В свою очередь банк взимает небольшую комиссию с оборота средств за предоставленные услуги (0,5-0,75% от общей суммы). Хотя процент и небольшой, но при условии, что в банковской системе Швейцарии находится около \$ 2 трлн., сумма получается значительная.

Главным регулятором стабильности финансовой системы, как и в любой стране, является Центральный банк. Нацбанк Швейцарии был основан в 1907 г., и его основной задачей, помимо эмиссии денежных банкнот, является исполнение роли «кредитора последней инстанции», т.е. при возникновении угрозы падения банковской системы страны, Национальный банк может профинансировать другие банки и дать им необходимую для выживания ликвидность.

Отсутствие налогов

Банковская система Швейцарии не зависит от налогового законодательства: все доходы, полученные в виде процентов от вкладов, в виде доходов от трастовых операций, не облагаются налогами. В других странах налог на прибыль по банковским операциям колеблется от 10 до 50%, выгода очевидна.

Банковская тайна

Швейцарские банки надежно оберегают тайны своих клиентов. Банковская тайна – это обязательство банкира не разглашать информацию о вкладе, его владельце и объеме средств.

Банковская тайна может быть нарушена в случае расследования уголовного преступления, подпадающего под категорию «уголовных» в самой Швейцарии.

Так, уклонение от налогов в Швейцарии, в отличие от множества других стран, относится к небольшим административным нарушениям, влекущим за собой уплату штрафа.

Банковская тайна может быть запрошена другой страной напрямую у банка только после ратификации Парламента Швейцарии. Так, в 2008 г. США запросили у Швейцарии разрешение на предоставление информации о 4450 американцев, имеющих вклады в местных банках, однако Швейцарский Парламент запретил банкам раскрывать банковскую тайну о своих иностранных клиентах.

Банковская система Республики Казахстан

На 1 октября 2018 года в Республике Казахстан насчитывается 28 банков (из них 13 — с иностранным капиталом, доля которого всего составляет 17,1 %)

Таблица 1 – Банки в РК по состоянию на 1 октября 2018 г. [15]¹⁵

№п/п	Название банка	Активы, млрд. тенге
1	Народный сберегательный банк Казахстана	8 273,9
2	Цеснабанк	2 212,7
3	ДБ «Сбербанк»	1 697,7
4	Kaspi Bank	1 471,2
5	АТФБанк	1 461,7
6	Банк ЦентрКредит	1 410,7
7	ForteBank	1 409
8	Евразийский банк	973,6
9	Жилстройсбербанк	850,6
10	Ситибанк Казахстан	733,7
11	Bank RBK	547,1
12	ДВ Алтын банк	399,1
13	Нурбанк	342,4
14	ДБ Альфа – Банк	341,9
15	ДБ Хоум Кредит энд Финанс Банк	270
16	ДБ Банк Китая в Казахстане	256,7
17	First Heartland Bank	158
18	Торгово-промышленный Банк Китая в г. Алматы	147,6
19	AsiaCredit Bank	144,2
20	ДО Банк ВТБ	136,9
21	Tengri Bank	132,8
22	Банк Kassa Nova	87,5
23	Capital Bank Kazakhstan	75,2
24	ДБ Казахстан – Зираат Интернешнл Банк	60,6
25	Шинхан Банк Казахстан	30
26	Исламский Банк «Al Hilal»	24,7
27	Заман - Банк	15,3
28	ДБ Национальный банк Пакистана в Казахстане	5

¹⁵ <https://prodengi.kz>

Особым статусом обладает государственный Банк развития Казахстана.

Все вклады физических лиц и индивидуальных предпринимателей, размещенные в банках – участниках системы страхования вкладов, гарантируются государством. Финансовой основой системы является Казахстанский фонд гарантирования депозитов (KDIF).

В 1999 году на I Конгрессе финансистов Президент Республики Казахстан Назарбаев Н.А. выступил с инициативой создания системы обязательного гарантирования депозитов.

Целью системы обязательного гарантирования депозитов является обеспечение стабильности финансовой системы Казахстана, в том числе поддержание доверия к банковской системе путем выплаты гарантийного возмещения вкладчикам в случае принудительной ликвидации банка-участника.

Вопросы гарантирования депозитов регулируются Законом Республики Казахстан «Об обязательном гарантировании депозитов, размещенных в банках второго уровня Республики Казахстан» и Законом Республики Казахстан «О банках и банковской деятельности в РК».

Гарантируются деньги физических лиц, включая индивидуальных предпринимателей, без образования юридического лица в национальной и иностранной валютах, независимо от их гражданства, находящиеся на счетах и вкладах банков, в том числе:

- Срочные депозиты, депозиты до востребования, условные депозиты;
- Деньги на текущих счетах и платежных картах.

В случае принудительной ликвидации банка владелец банковского счета/вклада получает по нему гарантийное возмещение в пределах максимальной суммы гарантийного возмещения.

Законом РК от 27 апреля 2015 года «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам страхования и исламского финансирования» была увеличена сумма государственной гарантии по депозитам физических лиц в национальной валюте с 5 миллионов тенге до 10 миллионов тенге. Сумма возмещения по депозитам в иностранной валюте не изменилась.

Государственная гарантия по всем депозитам и банковским счетам на одного вкладчика в каждом из банков составляет:

до 15 миллионов тенге – по сберегательным депозитам в национальной валюте,

до 10 миллионов тенге – по депозитам в национальной валюте,

до 5 миллионов тенге – по депозитам в иностранной валюте (в эквиваленте, по курсу обмена валют, установленному на дату вступления в законную силу решения суда о принудительной ликвидации банка-участника).

Если баланс депозита вкладчика превышает гарантируемую сумму, то КФГД выплатит возмещение в пределах максимальной суммы возмещения.

После того, как вкладчик получил возмещение от КФГД, остаток сверх этой суммы возмещает ликвидационная комиссия принудительно ликвидируемого банка в порядке очередности, установленной законодательством.

Необходимо учесть, что металлические счета физических лиц, деньги и ценности, размещенные в банковских ячейках, а также депозиты, размещенные в исламских банках, не подлежат гарантированию со стороны КФГД.

В соответствии с законодательством Республики Казахстан каждый банк, получивший от Национального Банка РК лицензию на прием депозитов, открытие и ведение счетов физических лиц, за исключением исламских банков, автоматически становится участником системы обязательного гарантирования депозитов, а значит депозит, размещенный в таком банке, находится под защитой КФГД. Актуальный список банков – участников системы обязательного гарантирования депозитов всегда доступен на сайте www.kdif.kz

В 2018 году 93,6% суммы депозитов физических лиц приходится на 10 банков. У пяти из них годовой рост объём депозитов населения превысил 10% (Евразийский банк, Жилстройсбербанк, Kaspi Bank, Нурбанк и Народный банк Казахстана). Объёмы банковских обязательств к августу 2018 года достигли 21,4 трлн. тенге.

2.2 Фондовые биржи

Фондовая биржа является незаменимым финансовым посредником, т.к. основная масса финансовых инструментов обращается на бирже и она опосредствует передвижение ресурсов из одних субъектов к другим.

Существуют две версии происхождения термина «биржа». Первая основывается на том, что оно произошло от новолатинского «bursa», означающего кожаный кошелек. Кроме того, на французском слово «bourse» тоже означает кошелек и студенческую стипендию; на немецком «burse» и итальянском «borsa» имеют тоже значение.

Вторая версия сводится к тому, что оно происходит от имени голландского купца Вандер Бурсе, проживавшего в бельгийском городе Брюгге и имевшего на своем доме герб с изображением трех кошельков. Место нахождения его дома было удобной площадкой для собрания торговцев, в большинстве своем денежных менял, которые облюбовали его для ведения своих дел, купец счел выгодным не упустить шанс и предоставил свой дом, естественно, за плату первым биржевикам.

Если рассматривать с юридической точки зрения, то операции на бирже приносят солидные доходы, но сама она, представляя своим клиентам здание и услуги, остается только самокупаемым, безубыточным учреждением. Являясь независимым агентом юридических отношений, биржа направляет все поступления от своей деятельности на оплату персонала. В случае превышения доходов над расходами по содержанию и обслуживанию торгового процесса, разница идет на вознаграждение работников биржи, на расширение торговых площадей, закупку нового оборудования, внедрение новых технологий, исследования и т.д.

Доходы и имущество биржи формируются из гарантийных взносов в расчетную палату, паевых вступительных и ежегодных взносов ее членов, сборов с биржевых операций, платы за предоставляемые услуги, штрафов за нарушение правил торговли, платежей посетителей, за включение ценных бумаг в листинг, его поддержание и прочие услуги.

Фондовая биржа представляет собой саморегулируемую организацию, создаваемую профессиональными участниками рынка ценных бумаг в форме акционерного общества, деятельность которой основывается на принципе самоокупаемости. Фондовая биржа не зависит от государственных органов, а ее деятельность является исключительной и не совместимой с любыми другими видами деятельности. Она не может выполнять функции других бирж и действует на основании лицензии. Фондовая биржа имеет право создавать дополнительные структурные подразделения, обслуживающие проведение операций с ценными бумагами, а также филиалы и представительства.

С организационной точки зрения фондовая биржа занимается:

- предоставлением своим клиентам специально оборудованной площадки для осуществления сделок с ЦБ;
- организацией торговли ЦБ;
- осуществлением котировки ЦБ;
- оказанием организационных, информационных, консультационных услуг своим членам;
- проведением собственных аналитических исследований;
- проведением клиринга между субъектами правоотношений.

С экономической точки зрения фондовая биржа выполняет следующие функции:

- *ценообразующую* – биржа позволяет установить экономически обоснованные цены;
- *ценопрогнозирующую и информационно-аналитическую* – биржа в какой-то мере является научно-исследовательским центром по определению возможных тенденций развития спроса и предложения;
- *страхование рисков* (присущи только срочным биржевым сделкам);
- *ценостабилизирующую* – на бирже ежедневно устанавливаются допустимые колебания цен с определенной амплитудой отклонения, выход за рамки которой не возможен.

Мировые фондовые биржи [16]¹⁶

В настоящее время во всем мире действует порядка 200 фондовых бирж. Ведущая роль в мировом биржевом обороте принадлежит данным биржам. Крупнейшие фондовые биржи являются регулятором и индикатором состояния мировой экономики. Появление фондовых бирж обусловлено наличием

¹⁶ <https://utmagazine.ru>

сформированной и развитой торгово-потребительской или промышленной структуры.

Нью-Йорк (NYSE)

Консолидированный объем обращающихся финансовых инструментов- \$2.4 трлн.

Рынок привлекателен для инвесторов всего мира, т.к. отсутствует налогообложение для нерезидентов США

Обращаются акции 2 500 компаний с общей стоимостью \$20 трлн., а дневной оборот торгов- \$ 50 млрд.

Лондон (LSE)

Консолидированный объем обращающихся финансовых инструментов – свыше \$2,5 трлн. Более 450 международных компаний из 63 стран имеют листинг

Оснащена компьютеризированной электронной системой биржевых котировок (Котировочный центр)

Обращается 70% мирового оборота международных облигаций, 30% валюты, 50% корпоративных ЦБ, 90% мирового оборота металла

Токио

Основной рынок евродолларов, крупный международный валютный рынок

Наибольшая активность иностранных участников на рынке депозитных сертификатов и краткосрочных коммерческих векселей

Правила листинга достаточно жесткие и соблюдение правил эмиссии обходится дорого. Поэтому биржа в основном выполняет функции котировки ЦБ

Рисунок 6 - Крупнейшие мировые фондовые биржи

Поэтому, именно в странах, которые имели большое развитие в средние века и сохранили свой потенциал, и находятся самые известные и крупные биржи (рисунки 7,8,9).



Рисунок 7 - Нью-Йоркская фондовая биржа

Основным звеном биржевой системы США является Нью-Йоркская фондовая биржа (New York Stock Exchange, NYSE). На ее оборот приходится около половины всего оборота зарубежных фондовых бирж. Нью-Йоркская фондовая биржа расположена на Манхэттене, по адресу Wall Street, 11. Несколько десятилетий подряд она является символом могущества США и всей финансовой индустрии. Именно по показателям торгуемых на ней акций и определяется известный индекс Доу – Джонса (Dow Jones Industrial Average) и не менее известный индекс NYSE Composite.

Нью-Йоркская фондовая биржа была создана в 1792 г. и по форме организации является корпорацией, находящейся в собственности ее членов. Работой NYSE руководит избираемый ее членами Совет директоров. Число членов биржи с 1988 г. не изменялось и составляет 1469 человек.

Требования листинга на Нью-Йоркской фондовой бирже считаются одними из самых жестких в мире. Для принятия ценных бумаг к котировке они должны отвечать следующим требованиям: рыночная стоимость размещенных акций должна быть не менее \$16 млн.; в обращении должно находиться как минимум 1 млн. обыкновенных акций; владельцы «полных лотов», т.е. владельцы 100 акций и более должны составлять как минимум 2 тыс. человек; доходы корпорации до выплаты налогов за последний финансовый год должны составлять не менее \$2 млн. Совет директоров биржи также оценивает степень известности корпорации в масштабах страны и перспективы ее развития. Важным условием регистрации ценных бумаг корпорации на фондовой бирже является обязательство периодически представлять информацию о ее деятельности инвесторам.

Лондонская фондовая биржа



Рисунок 8 – Лондонская фондовая биржа

Лондонская фондовая биржа – одна из старейших фондовых бирж в мире и была основана в 1801 году. В настоящее время это самая многонациональная биржа мира. Более 50% международной торговли акциями приходится на данную биржу.

Торговля акциями насчитывает более трехсот иностранных компаний-участников листинга из 60 стран мира.

Лондонская биржа является акционерной компанией и ее акции так же участвуют в торгах. В Великобритании фондовая биржа является важнейшим элементом первичного рынка. Значительная часть новых эмиссий проводится через фондовую биржу.

В настоящее время Лондонская фондовая биржа твердо занимает третье место в мире по капитализации. На ней совершается наибольшее количество операций с акциями иностранных эмитентов. Всего обращается около 3000 ценных бумаг. Одновременно Лондон занимает второе место в сфере торговли производными ценными бумагами-опционами и фьючерсами.

На Лондонской фондовой бирже проводят торги по следующим инструментам:

- акции;
- облигации;
- еврооблигации;
- ПИФы.



Рисунок 9 – Токийская фондовая биржа

В Японии в настоящее время располагается 9 фондовых бирж, среди которых самой крупной является Токийская фондовая биржа (Tokyo Stock Exchange). Это старейшая биржа, основанная в 1878 г., со своими правилами и традициями. Основная ее специализация – торговля акциями корпораций и финансовых учреждений. На бирже действуют два типа членов: действительные члены и члены «saitori».

Действительные члены могут заключать следующие сделки с ценными бумагами;

- покупку и продажу ценных бумаг за свой счет;
- покупку и продажу ценных бумаг по поручению и за счет клиентов;
- консорциональные сделки в случае новых эмиссий ценных бумаг;
- размещение новых эмиссий с гарантией принятия непроданных ценных бумаг.

Члены «saitori» действуют как посредники между действительными членами, выполняя их поручения и не действуя за собственный счет. Их основная задача – определение курса ценных бумаг, причем каждый из этих членов работает с определенным видом ценных бумаг.

Токийская фондовая биржа по рыночной капитализации уступает только Нью-Йоркской площадке. В настоящее время на ней торгуется около 2300 ценных бумаг японских компаний и свыше 30 ценных бумаг зарубежных эмитентов. Среди крупнейших компаний, разместивших свои акции на Токийской бирже – транснациональные гиганты из разных отраслей: автомобильных концернов Honda, Mazda, Mitsubishi, Toyota, производителей высокотехнологичных устройств Konica, Minolta, Nikon, Olympus, Casio, Sony, крупнейших японских банков и других финансовых организаций.

На долю Токийской биржи приходится свыше 80% биржевого оборота страны. Основными продавцами и покупателями являются институциональные владельцы ценных бумаг. В Японии индивидуальные владельцы имеют лишь 20% обращающихся на бирже акций, а 80% принадлежит финансовым учреждениям, страховым компаниям и корпорациям. Владельцы акций рассчитывают не на дивиденды, а на повышение курса акций и получение дохода в результате продажи акций по более высокому курсу. Основной метод торговли – открытый двойной аукцион, торговля с голоса в биржевой толпе «зараба».

До 80% всех обращающихся в стране акций продается и покупается на Токийской фондовой бирже. Из 1,3 -1,5 млн. имеющихся в Японии акционерных фирм на данной бирже зарегистрировано 1517, но на них приходится более 25% всех производимых товаров и услуг.

Мировые фондовые индексы[17]¹⁷

Фондовый индекс – сводный индекс, вычисляемый на основе цен определенной группы ценных бумаг – «индексной корзины».

При расчете индекса его начальное (базовое) значение может являться суммой цен или приравняться произвольному числу (например, 100 или 1000). Для обеспечения сопоставимости цены часто множат на дополнительные коэффициенты. Поэтому абсолютные значения индексов не важны. Важное значение имеют изменения индекса с течением времени, что позволяет судить об общем направлении движения цен в индексной корзине, несмотря на то, что

¹⁷ <https://vse-dengy.ru>

цены акций внутри «индексной корзины» могут изменяться разнонаправленно. В зависимости от принципа, положенного в основу выбора ценных бумаг для индекса, он может отражать ценовую динамику группы ценных бумаг, объединенных по какому-то принципу (например, высокая, средняя, малая капитализация акций) выбранного сектора рынка (например, телекоммуникации), или широкого рынка акций в целом.

Фондовый индекс не является единой ценной бумагой, поэтому обычно говорят о «значении» или «уровне» индекса, но не о «цене». В то же время фондовые индексы часто являются основой одноименных производных финансовых инструментов (индексных фьючерсов или опционов), которые используются для инвестиционных и спекулятивных целей или для хеджирования рисков. При этом значение индекса трактуется как цена этого инструмента. ПИФы или фонды, торгуемые на бирже, часто используют индексы в качестве бенчмарка (эталона для копирования).

В конце названия фондовых индексов может стоять число, отображающее количество акционерных компаний, на основании которых рассчитывается индекс: S&P 500, Nikkei 225, CAC 40.

Первый фондовый индекс был разработан 3 июля 1884 г. в США журналистом газеты Wall Street Journal, известным финансистом, основателем компании Dow Jones & Company Чарльзом Доу. Индекс Dow Jones Transportation Average рассчитывается по 11 крупнейшим транспортным компаниям США. В настоящее время в него входят 20 компаний грузоперевозчиков. Однако наибольшую известность получил Dow Jones Industrial Average (DJIA), рассчитываемый по 30 крупнейшим компаниям промышленности с 1928 г.

Методы расчета фондовых индексов[17]

1. Индекс взвешенной по цене (price weighted)

Является суммой цен всех активов, входящих в индекс, поделенной на делитель. Самым известным примером является индекс Доу Джонса:

$$DJIA = \frac{\sum P_i}{D},$$

где P_i – цена i -той акции;

D – делитель (divisor) индекса Доу Джонс.

Делитель изменяется для сохранения непрерывности значения индекса при добавлении или исключении компаний из индекса, а также при других корпоративных событиях (например, изменение количества акций данной компании, включенных в индекс). Значение делителя публикуется в The Wall Street Journal, на май 2014 г. составлял $D=0.15571591$. Данный метод является самым простым для вычисления. Его недостатком является то, что в нем вес каждой акции пропорционален ее цене, которая является произвольной величиной. В настоящее время данным методом

рассчитываются традиционные индексы семейства Доу Джонс, Nikkei 225. Как правило, современные индексы не используют взвешивание по цене.

2. Индекс, взвешенный по (свободной) рыночной капитализации (market cap/float weighted)

Большинство современных фондовых индексов являются взвешенными по свободной рыночной капитализации. Самый известный пример – S&P500. Значение индекса равно суммарной (свободной) рыночной капитализации компаний корзины, поделенное на делитель:

$$\text{Index Value} = \frac{\sum P_i N_i}{D} = \frac{\text{Index Market Cap}}{D},$$

где P_i – цена акций в обращении (shares outstanding) для взвешивания по рыночной капитализации;

N_i – число акций в свободном обращении (free float) для взвешивания по рыночной капитализации.

Делитель выбирается так чтобы на момент исторического начала расчета индекса (базовая дата) его значение равнялось какому-нибудь удобному числу (базовому значению); например, для S&P 500 базовое значение равняется 10. В дальнейшем, так же как и во всех других типах индексов, делитель изменяется для сохранения непрерывности значения индекса при корпоративных событиях.

3. Равновзвешенный индекс (equally weighted)

Количество акций в корзине выбирается таким образом, чтобы вес каждой акции в суммарной рыночной капитализации индекса был одинаковым:

$$\text{Equal – weighted Index Value} = \frac{\sum P_i N_i}{D},$$

где количество акций в корзине N_i выбирается из условия:

$$w_i = \frac{P_i N_i}{\sum P_i N_i} = \frac{1}{\text{Number of Securities in Index}}$$

Примеры индексов – S&P 500 Equal Weighted, ÖkoDAX.

В настоящее время в мире насчитывается свыше 2000 фондовых индексов.

Индекс KASE (Index KASE) - фондовый индекс, основной индикатор фондового рынка Казахстана. Рассчитывается Казахстанской фондовой биржей.

Значение индекса KASE пересчитывается после каждой сделки, заключенной с акциями, которые входят в представительский список индекса. В настоящее время в представительский список индекса входит 8 наиболее ликвидных акций крупнейших и динамично развивающихся казахстанских эмитентов, виды экономической деятельности которых относятся к основным

секторам экономики. Перечень эмитентов и их вес в индексе регулярно пересматриваются (Таблица 2).

Таблица 2 - Представительский список Индекса KASE (на 01.02.2018)¹⁸

№	Тикер	Компания
1	CCBN	Банк ЦентрКредит
2	GB_KZMS	KAZ Minerals
3	HSBK	Народный банк
4	KCEL	Kcell
5	KEGC	KEGOC
6	KZTK	Казахтелеком
7	KZTO	КазТрансОйл



Рисунок 10 - Казахстанская фондовая биржа (KASE)

В нашей стране в настоящее время имеется лишь Казахстанская фондовая биржа (KASE), расположенная в г. Алматы, созданная 17 ноября 1993 года. KASE – коммерческая организация, функционирующая в форме акционерного общества (АО). KASE является:

- 1) членом Всемирной федерации бирж (WFE), объединяющей более 60 бирж мира;
- 2) членом федерации евро-азиатских фондовых бирж (FEAS),
- 3) членом Международной ассоциации бирж стран СНГ, объединяющих около 20 организаций из 9 стран СНГ. KASE занимает 2-е место среди бирж СНГ по капитализации рынка акций.

Согласно закону РК «О рынке ценных бумаг», членами фондовой биржи могут быть только профессиональные участники, имеющие место на бирже и участвующие в торговле ценными бумагами, включенными в листинг данной фондовой биржи. Биржа должна иметь не менее десяти членов, среди которых

¹⁸ <https://kase.kz>

могут быть и иностранные юридические лица, имеющие статус профессионального участника рынка ценных бумаг РК. Решение о приеме в члены принимается Советом директоров. Положение Казахстанской фондовой биржи определяет их категории, требования, предъявляемые к ним, порядок приема, приостановления и прекращения членства, а также права и обязанности членов биржи.

Члены KASE подразделяются на следующие три категории. В зависимости от вида финансовых инструментов, торговля которыми интересует организацию, она может стать членом следующих категорий KASE: «валютная», «фондовая» или «деривативы». Возможно одновременное членство в двух или трех из указанных категорий.

Биржа KASE является коммерческой организацией, функционирующей в организационно-правовой форме акционерного общества. Органами Биржи являются:

Организационная структура Казахстанской фондовой биржи:

Высший орган - *Общее собрание акционеров* → Орган управления - *Совет директоров* → Исполнительный орган - *Правление*.

Акционеры KASE

По состоянию на 01.10.2018 г. у KASE было 53 акционера, в числе которых банки, брокерско-дилерские организации, компании по управлению активами, АО «ЕНПФ» и др. Общее количество объявленных акций АО «Казахстанская фондовая биржа» составляет 5 000 000 штук, 942 013 акций размещено. Долей 50,1 % от общего количества размещенных акций владеет ГУ «Национальный банк РК». Уставом KASE предусмотрена «золотая акция», владельцем которой является Национальный банк Республики Казахстан. Она дает право наложения вето на решения органов KASE по вопросам валютного регулирования и регулирования рынка государственных ценных бумаг РК.

К обращению на KASE допускаются ценные бумаги:

- государственные;
- негосударственные, прошедшие процедуру листинга и включенные в официальный список ценных бумаг, торгуемых на бирже, в т.ч. выпущенные в соответствии с законодательством других стран и допущенных к обращению в РК;
- производные, базовым активом которых являются вышеперечисленные ценные бумаги.

К торгам на фондовой бирже допускаются лишь ценные бумаги, прошедшие *процедуру листинга*. Согласно положению о листинге ценных бумаг Казахстанской фондовой биржи на биржевые торги после прохождения данной процедуры допускаются негосударственные ЦБ, эмитированные в

соответствии с законодательством РК и законодательством других государств, допущенных к обращению в Республике Казахстан.

Процедура листинга не требуется для государственных ценных бумаг и эмитированных в соответствии с законодательством других государств, допущенных к обращению в Республике Казахстан, а также для производных ценных бумаг.

В случае прекращения деятельности эмитента, заявления об исключении эмитированных им ценных бумаг из официального списка, несоответствия листинговым требованиям, а также предоставления заведомо недостоверных или неполных сведений при подаче заявления на включение ценных бумаг в официальный список может быть произведен *делистинг*. Кроме того, Листинговая комиссия может рассмотреть вопрос о делистинге ценной бумаги и в случае отсутствия сделок по ней в течение 1 года.

Способом проведения торгов по государственным и листинговым ЦБ на Казахстанской фондовой бирже является электронный метод непрерывного встречного аукциона, основанный на автоматическом заключении сделок с анонимным контрагентом согласно выставленным котировкам по наилучшим встречным ценам. По нелистинговым ЦБ используется метод прямых котировок, при котором участники торгов самостоятельно передают сведения о заключенных сделках Центральному депозитарию или независимому реестродержателю.

Фондовая биржа Казахстана взаимодействует с брокерами, осуществляющими функции продавцов и покупателей ценных бумаг. Брокер, участвующий в торгах, должен иметь соответствующую лицензию, т.е. отвечать жестким квалификационным, финансовым и другим требованиям. Следовательно, фондовая биржа гарантирует клиентам этих брокеров надлежащую надежность, компетентность и качество обслуживания. Кроме того, для завершения заключаемых сделок необходимо взаимодействие биржи с расчетным органом и центральным депозитарием, что также гарантирует исполнение сделок.

На KASE предусмотрен торговый зал для брокеров-дилеров и, в случае необходимости, они могут приехать на биржу.

Оперативный доступ к информации обеспечивается биржей через терминалы *Bloomberg* и *Thompson Reuter*, через Web-сайт биржи. Отдельные брокеры имеют свои мобильные приложения, в которых есть оперативная информация с биржи.

Биржа предоставляет свой терминал E-Trade брокерам, не имеющим своего терминала. Имеется также M-Trade - мобильное приложение. Через торговые терминалы биржа пока предоставляет информацию бесплатно, если она используется для заключения сделок.

2.3 Валютные рынки

Понятие валютного рынка и его структура

Валютный рынок является наиболее значимой частью финансового рынка в обеспечении взаимодействия различных составляющих финансового рынка. Это механизм, с помощью которого устанавливаются правовые и экономические взаимоотношения между потребителями и продавцами валют. Эта система позволяет сделки на следующей основе:

- сделки розничной торговли, при которых банк при купле-продаже непосредственно взаимодействует с клиентом;
- сделки оптовой межбанковской торговли, при которых два банка взаимодействуют друг с другом с помощью валютного брокера. При таком взаимодействии создается межбанковский рынок.

Национальная валютная система представляет собой форму организации валютных отношений страны, определяемую национальным законодательством. Ее характеризуют следующие основные элементы:

- национальная валютная единица;
- состав официальных золотовалютных резервов;
- паритет валюты и механизм формирования валютного курса;
- условия обратимости валюты, наличие или отсутствие валютных ограничений;
- порядок внешних расчетов страны;
- режим национального валютного рынка и рынка золота, статус национальных учреждений, регулирующих валютные отношения страны.

Валюта – любые платежные документы либо денежные обязательства, выраженные в той или иной национальной денежной единице и используемые в международных расчетах.

Валютный обмен – это обмен валюты одной страны на валюту другой. Основными участниками валютного рынка являются банки, экспортеры, транснациональные компании (ТНК), финансовые учреждения, инвесторы, правительственные агентства, предприятия и частные лица.

На валютном рынке его участники осуществляют следующие основные *функции*: денежные переводы, хеджирование, клиринг и кредит. Наиболее простая операция – *денежные переводы*. При *хеджировании* участники валютного рынка стремятся защититься от валютных позиций под риском, называемых валютным риском потенциальных убытков, заключающемся в том, что, например, курс тенге может возрасти по отношению к доллару и при этом повысится долларовая стоимость приобретаемого товара. В этом случае он может произвести хеджирование, покупая тенге. Такая форвардная покупка тенге фиксирует долларовую стоимость товара и обеспечивает защиту при изменении курса валюты.

Валютный рынок обеспечивает механизм *клиринга при проведении международных платежей*. Этот механизм действует через оборот депозитов в иностранной валюте, которые банки хранят в банках-корреспондентах, расположенных в других финансовых центрах.

На валютном рынке банки пользуются следующими важнейшими *инструментами*:

- телеграфные или электронные переводы средств с бессрочных вкладов (депозитов до востребования);
- банковские векселя на предъявителя;
- коммерческие тратты.

Национальная денежная единица любого государства является валютой, если она выполняет все функции денег не с позиции внутреннего денежного оборота в узких рамках, а в более широком аспекте как участник международных экономических отношений и расчетов.

Валютный курс той или иной страны отражает состояние всех важнейших экономических факторов: состояние денежного обращения, темпов роста производства, уровня цен, уровня производительности труда и т.д. изменения валютного курса выражает повышение или понижение конкурентоспособности одной страны по отношению к другой. Текущий валютный курс зависит от таких немаловажных *факторов*, как уровень развития национального валютного рынка, система государственного регулирования. Поэтому при принятии решения о покупке или продаже валют, определяющих направление движения валютного курса необходимо брать во внимание три группы факторов:

- фундаментальные;
- технические;
- краткосрочные неожиданные.

Фундаментальные факторы являются ключевыми макроэкономическими показателями состояния национальной экономики, воздействующими на участников валютного рынка и уровень валютного курса.

Известно, что на мировых валютных рынках, где 80% операций проводятся с долларом США, наибольшее влияние имеют данные по экономике США, что приводит к повышению или снижению курса доллара по отношению к другим валютам. Поэтому выделяют следующие основные факторы, являющиеся ключевыми:

- валовой национальный продукт;
- валютный курс по паритету покупательной способности;
- уровень реальных процентных ставок;
- инфляция;
- индекс промышленного производства;
- безработица.

Валютный курс представляет собой соотношение обмена двух денежных единиц или выражается как цена одной денежной единицы, выраженной в денежной единице другого государства.

Основные характеристики классификации различных валют выражаются в следующем (таблица 3).

Таблица 3 - Классификация валют

Основные характеристики	Виды валют
Статус валюты	- национальная - иностранная - резервная
Вещественная форма	- наличная - безналичная
Режим взаимной обратимости	- свободно конвертируемая - частично конвертируемая - не конвертируемая (замкнутая)
Режим валютного курса	- фиксированный курс через его валютный паритет - плавающий курс - твердая или мягкая валюта

1. В любом государстве понятие «валюта» применяется в определенных значениях и по статусу классифицируются так:

- Национальная валюта – денежная единица данного государства.
- Иностранная – денежная единица иностранного государства.
- Резервная - национальная валюта какого-либо государства, имеющая статус международного платежного резервного средства

3. Способность национальной валюты как платежного средства незамедлительно и с минимальными потерями обмениваться на все другие виды валют состоит в ее взаимной обратимости или конвертируемости. По этому критерию классификации все валюты можно разделить на группы:

- свободно конвертируемая;
- частично конвертируемая;
- неконвертируемая (замкнутая).

Свободный валютный обмен в рамках, установленных законодательством на совершение валютных сделок по любым видам операций, как для резидентов, так и для нерезидентов осуществляется при установлении *свободно конвертируемой валюты*. К *частично конвертируемой* необходимо отнести валюту тех стран, где существуют количественные ограничения по валютным сделкам.

Осуществление валютных операций невозможно без обмена валютами между участниками валютного рынка и определения пропорциональной

зависимости валюты одной страны от валюты другой. Подобный механизм осуществляется через установление котировок валют.

Котировка валюты – это определение курсов валюты между странами, на основе которых устанавливается соотношение их денежных единиц, предложенных для обмена. Данное соотношение непрерывно изменяется в зависимости от спроса и предложения на валютном рынке.

4. По режиму валютного курса валюты классифицируются:

- фиксированный курс через его валютный паритет;
- плавающий курс;
- твердая или мягкая валюта.

Классический вариант определения фиксированного курса валют исходит из сущности «фиксирование», т.е. отражение официально установленного соотношения национальных валют различных стран. Что касается плавающего курса, то он формируется в ходе торгов на валютных биржах и отражает спрос и предложение на данную валюту. Анализ мировой практики позволяет сделать вывод о том, что ни одна страна не придерживается только одного из приведенных при построении валютной системы, в валютной политике присутствуют элементы каждого из них.

Валютный рынок является постоянно действующим и необходимым аккумулятором денежных средств. Он не существует в каком-либо одном определенном месте, а скорее представляет собой сеть операционных залов, связанных между собой сложной системой средств связи: телефонной, телексной, а также электронными системами.

О стабильности национальной валюты

Важным показателем является стабильность национальных денег, которая характеризуется стабильностью их стоимости. Как известно, процентные ставки характеризуют внутреннюю стоимость национальной валюты, обменный курс – внешнюю. Обменный курс позволяет определить, на сколько процентов обесценивается тенге по отношению к доллару США (или любой другой валюте) за любой промежуток времени. Банковские процентные ставки позволяют рассчитать, на какую стоимость на момент возврата кредита должны ориентироваться банки. Таким образом, динамика процентной ставки позволяет судить о тенденции к финансовой стабилизации, а динамика обменного курса – о повышении доверия к национальным деньгам. Поэтому *стабилизация курса национальной валюты ведет к снижению инфляции и создает условия для преодоления спада производства и подъема отечественного производства.*

Об успехе или неудаче денежно-кредитной политики можно судить по двум группам показателей. *Первая группа* показателей характеризует степень успеха самого процесса перехода к рыночной экономике: успешная борьба с высокой инфляцией путем снижения до запланированного уровня и

формирование достаточно стабильного курса обмена национальной валюты на твердую валюту, прежде всего доллар. *Вторая группа* показателей характеризует степень успешности развития вновь сформировавшейся рыночной экономики, переход от кризиса к оживлению и экономическому росту, сохранение относительно умеренной инфляции, укрепление внешнеэкономических позиций.

Таким образом, помимо сдерживания инфляции необходимо, чтобы курс национальной валюты - тенге стабилизировался и не испытывал шоковых потрясений (26.11.2018 г. курс доллара США составил 366, 05 тенге). Это во многом зависит от внешних факторов, в частности, от мировой цены на нефть, так как на долю нефти и газа приходится около 60 % общего объема экспорта и около 46% доходов бюджета, что подвергает экономику Казахстана рискам, связанным с внешними стрессовыми ситуациями.

Участниками современного валютного рынка являются:

- маркет-мейкеры, осуществляющие оптимальные котировки курсов иностранных валют для всех заинтересованных лиц в любое время;
- пассивные банки, осуществляющие котировки курсов иностранных валют клиентам, но не банкам;
- промышленные, страховые компании, инвестиционные фонды, осуществляющие операции в иностранной валюте и хеджирование при помощи вышеназванных участников рынка;
- частные клиенты, осуществляющие диверсификации портфелей инвестиций в иностранных валютах для наилучшего выбора между риском и прибылью;
- центральные банки, осуществляющие текущие валютные операции и валютные интервенции на рынке;
- брокеры\дилеры, осуществляющие валютные операции между банками, как национальными, так и иностранными.

Валютные операции и их характеристика

В Казахстане в соответствии с законодательством страны валютными операциями являются:

1. Операции, связанные с переходом права собственности и иных прав на валютные ценности.

2. Ввоз и пересылка в РК, а также вывоз и пересылка из РК валютных ценностей любым способом.

Валютные ценности – это иностранная валюта, ценные бумаги и платежные документы, номинал которых выражен в иностранной валюте; аффинированное золото в слитках, национальная валюта, ценные бумаги и платежные документы, номинал которых выражен в национальной валюте, в случае совершения с ними операций с резидентами и нерезидентами.

Валютные операции согласно закону РК «О валютном регулировании» подразделяются на две категории:

- текущие операции;
- операции, связанные с движением капитала.

К *текущим операциям* относятся:

- переводы для осуществления расчетов по экспортно-импортным сделкам, предусматривающим отсрочку платежа либо авансовый платеж за товары, работы и услуги на срок не более 180 дней;
- предоставление и получение кредитов на срок не более 180 дней;
- перевод и получение дивидендов, вознаграждения и иных доходов по вкладам, инвестициям, заемным и иным операциям;
- переводы неторгового характера, включая гранты, переводы сумм наследства, заработной платы, пенсии, алиментов и другие.

К операциям, связанным с *движением капитала* относятся:

- осуществление инвестиций;
- переводы для осуществления расчетов по сделкам, предусматривающим полную передачу исключительного права на объекты интеллектуальной собственности;
- переводы в оплату имущественных прав на недвижимость, за исключением имущества, приравненного к недвижимым вещам;
- переводы для осуществления расчетов по экспортно-импортным сделкам, предусматривающим отсрочку платежа либо авансовый платеж за товары, работы и услуги на срок более 180 дней;
- предоставление и получение кредитов на срок более 180 дней;
- международные переводы по сделкам, связанным с накоплением пенсионных активов и по договорам страхования накопительного характера;
- передача в доверительное управление валютных ценностей.

В зависимости от места совершения сделки:

- биржевые;
- внебиржевые.

2.4 Институциональные инвесторы (инвестиционные фонды)

Основы осуществления деятельности инвестиционных фондов

Понятие «инвестиция» в самом широком смысле означает обеспечение механизма, необходимого для финансирования роста и развития экономики страны. Для решения этих проблем создаются соответствующие финансовые

институты, в числе которых можно выделить инвестиционные фонды. Они функционируют на финансовом рынке с целью защиты прав инвесторов и снижения рисков за счет привлечения и последующего инвестирования денежных средств в ценные бумаги с учетом диверсификации. Эти фонды играют важную роль, так как концентрируют в своих руках значительные средства мелких вкладчиков, направляемые, в конечном счете, на развитие производства, а также являются источником вложений денежных средств для инвесторов, которые могут направить их напрямую в акции, облигации, положить на банковские депозиты.

Инвестиционный фонд – это юридическое лицо, осуществляющее деятельность по привлечению денежных средств посредством выпуска и открытого размещения собственных акций и формированию инвестиционного портфеля ценных бумаг за счет привлеченных средств. В Казахстане они создаются в форме акционерных обществ, акционерами которых могут быть любые юридические и физические лица.

Вся деятельность этих фондов основывается на привлечении инвестиционных вложений в различные ценные бумаги и управлении сформированным портфелем в целях получения соответствующего дохода.

Фонд привлекает денежные средства посредством эмиссии акций в основном за счет мелких индивидуальных инвесторов. На вырученные средства фонд приобретает ценные бумаги предприятий и банков и обеспечивает своим вкладчикам определенный доход по акциям.

В процессе осуществления своей деятельности инвестиционный фонд руководствуется определенными *принципами*:

- диверсификация инвестиционных вложений;
- запрет на осуществление высокорисковых операций с ЦБ;
- профессиональный подход к приобретению ЦБ;
- наличие больших финансовых средств, чем у индивидуального инвестора.

Организационная структура инвестиционного фонда:

Общее собрание акционеров → правление → управляющий инвестфондом.

Исполнительным органом фонда является правление, которое также как общее собрание акционеров, имеет собственную компетенцию помимо установленной законодательством, например, осуществлять регулярную публикацию в средствах массовой информации отчетов о результатах деятельности управляющего и касающихся деятельности и финансового состояния фонда. Члены правления не могут осуществлять функции брокера, управляющего данным фондом, должностных лиц.

Управляющий инвестиционным фондом – это юридическое лицо, выполняющее профессиональную деятельность по управлению портфелем ценных бумаг и действующее на основании заключенного с инвестиционным

фондом договора. Обязательное условие при этом – наличие соответствующей лицензии.

Деятельность инвестиционного фонда может быть приостановлена при систематическом нарушении действующего законодательства Республики Казахстан; приостановлении или отзыве лицензии управляющего, а также в случае неспособности взаимного фонда осуществлять выкуп собственных акций.

Основные виды и типы инвестиционных фондов

Законодательство РК определяет создание и функционирование определенных типов инвестиционных фондов.

Выделяют два основных типа: взаимный фонд и инвестиционная компания.

Взаимный фонд является открытым инвестиционным фондом, привлекающим средства всех желающих инвесторов и имеющий обязательство выкупать эмитированные им акции у своих акционеров, может выпускать неограниченный объем акций и в случае необходимости осуществлять их дополнительную эмиссию без решения общего собрания акционеров. Он не может выпускать привилегированные акции. Также взаимный фонд характеризуется тем, что его акции обращаются на неорганизованных рынках, законодательством установлено обязательство ежедневного определения цен на акцию.

Инвестиционная компания – это закрытый инвестиционный фонд, который может привлекать средства одного или нескольких юридических и физических лиц – учредителей и акционеров данного фонда, не обязан выкупать эмитированные акции у своих акционеров, а его уставный капитал не может быть увеличен через дополнительный выпуск акций или уменьшен через погашение части акций без решения общего собрания акционеров. Акции инвестиционной компании обращаются на фондовых биржах. Компания не имеет обязательства ежедневного определения цен на акцию, может выпускать привилегированные акции.

Выделяют также паевый (контрактный) и акционерный (корпоративный) инвестиционные фонды.

Паевый инвестиционный фонд (контрактный) подразделяется на:

- *открытый* – выкуп пая не реже 1 раза в 2 недели;
- *закрытый* – пайщик не имеет права выкупа пая;
- *интервальный* – выкуп пая не реже 1 раза в год. Его уставный фонд состоит из долей вложенных средств (паев) учредителей. Он не вправе осуществлять иные виды деятельности, ценные бумаги не обращаются на организованном рынке.

В то же время акционерный фонд формирует уставный фонд путем эмиссии акций. Преимущество акционерной формы инвестиционного фонда состоит в том, что акции легче продать на рынке, чем паи, а также акционер фонда может потребовать выкупа акций как в обычном АО. Основные

характеристики акционерного инвестиционного фонда заключаются в том, что он не вправе осуществлять иные виды деятельности и выпускать иные финансовые инструменты, кроме простых акций.

Президент Республики Казахстан 4 июля 2018 г. подписал Закон №174-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам венчурного финансирования», который вводит новое понятие *венчурный фонд* – простое товарищество или юридическое лицо в форме акционерного общества или хозяйственного товарищества, осуществляющее привлечение и аккумуляцию денег и иного имущества исключительно в целях венчурного финансирования (*если перевести на более простой язык, то это инвестиционный фонд, ориентированный на работу с инновационными предприятиями и проектами (стартапами).*

Основное изменение коснулось Закона Республики Казахстан от 7 июля 2004 года «Об инвестиционных фондах», который в настоящее время называется по новому: Закон РК «Об инвестиционных и венчурных фондах». В законе добавлена новая глава 7-1 Венчурный фонд.

Венчурный фонд, создаваемый в форме простого товарищества, начинает свою деятельность со дня заключения его участниками договора о совместной деятельности. При этом число участников венчурного фонда не должно быть менее двух. Исключительными видами его деятельности являются привлечение и аккумуляция денег и иного имущества в целях осуществления венчурного финансирования.

Сторонами договора венчурного фонда могут быть физические лица. Коммерческие организации, а также в случаях, установленных законами Республики Казахстан, некоммерческие организации. Иностранцы, лица без гражданства, иностранные юридические лица, а также иностранные организации участвуют в качестве стороны договора венчурного фонда наравне с гражданами и юридическими лицами РК, если иное не предусмотрено законами РК и международными договорами, ратифицированными Республикой Казахстан.

Участники венчурного фонда и другие лица не вправе размещать рекламу о деятельности венчурного фонда в СМИ, на объектах наружной (визуальной) рекламы, а также привлекать новых участников посредством публичной оферты.

Инвестиционная деятельность фондов в каждой стране имеет свои характерные признаки, зависящие от особенностей фондового рынка. В большинстве стран в составе портфельных инвестиций преобладают не акции, а облигации и краткосрочные ценные бумаги.

В государствах с развитой рыночной экономикой многие инвестиционные фонды являются специализированными, осуществляющими управление преимущественно одним типом активов: акциями, государственными облигациями, краткосрочными ценными бумагами и т.д.

2.5 Брокерские, дилерские компании и их посредническая деятельность на рынке

Общие положения

Для функционирования рынка необходимы продавцы, покупатели и посредники, представляющие на рынке интересы продавцов и покупателей. В качестве посредников на РЦБ выступают брокеры и дилеры.

Брокер - это профессионал фондового рынка, совершающий гражданско-правовые сделки с ценными бумагами в качестве поверенного или комиссионера, действующего на основании договора поручения или комиссии либо доверенности на совершение таких сделок.

В качестве брокера могут выступать как физические лица, так и организации. Брокеру необходимо иметь *лицензию* на профессиональную брокерскую деятельность.

В законе РК "О рынке ЦБ" от 2 июля 2003 г. №461 определено, что «брокер – профессиональный участник рынка ценных бумаг, совершающий сделки с эмиссионными ценными бумагами и иными финансовыми инструментами по поручению, за счет и в интересах клиента».

Брокер или брокерская организация должны отвечать следующим *квалификационным требованиям*:

- иметь в штате специалистов, у которых есть квалификационный аттестат;
- обладать установленным минимальным собственным капиталом, необходимым для материальной ответственности перед инвесторами;
- разработанной системой учета и отчетности точно и полно отражать операции с ЦБ.

Брокер и клиент свои отношения строят на *договорной основе*. При этом может использоваться как *договор поручения*, так и *договор комиссии*. Если заключен договор поручения, то это означает, что брокер будет выступать от имени клиента и за счет клиента. Если же предпочтение отдается договору комиссии, то при заключении сделки брокер выступает от своего имени, но действует в интересах клиента и за его счет.

Исполнением договора поручения или комиссии считается передача клиенту официального извещения брокера о заключении сделки. Как правило, брокер регистрирует заключенную сделку и контролирует смену собственника, своевременно внося в реестр акционеров необходимые изменения.

Основной доход брокер получает за счет комиссионных, взимаемых от суммы сделки. Поэтому задача брокера заключается в том, чтобы иметь клиентов, среди которых были бы как поставщики ценных бумаг, так и их покупатели – владельцы временно свободных денежных средств.

Дилером называется профессиональный участник рынка ЦБ (физическое лицо или организация), осуществляющий дилерскую деятельность. В Законе РК

"О рынке ЦБ" от 2 июля 2003 г. №461 определено, что «дилер – профессиональный участник рынка ценных бумаг, совершающий сделки с эмиссионными ценными бумагами и иными финансовыми инструментами в своих интересах и за свой счет на неорганизованном рынке ценных бумаг и на организованном рынке ценных бумаг с правом прямого доступа к нему». Доход дилера состоит из разницы цен продажи и покупки. Поэтому дилер должен постоянно контролировать и учитывать меняющуюся конъюнктуру рынка. Обычно он специализируется на определенных видах ЦБ, но крупные организации могут обслуживать РЦБ в целом.

Выступая в роли оператора рынка, дилер объявляет цену продажи и покупки, минимальное и максимальное количество покупаемых и (или) продаваемых ЦБ, а также срок, в течение которого действуют объявленные цены.

Брокерско-дилерская деятельность в Республике Казахстан

Постановлением Правления Национального Банка РК от 3 февраля 2014 г. №9 утверждены Правила осуществления брокерской и (или) дилерской деятельности на рынке ценных бумаг. Правила разработаны в соответствии с Гражданским Кодексом Республики Казахстан (Особенная часть) от 1 июля 1999 года, законами Республики Казахстан от 2 июля 2003 года «О рынке ценных бумаг», от 4 июля 2003 года «О государственном регулировании, контроле и надзоре финансового рынка и финансовых организаций» и устанавливают условия и порядок осуществления брокерской и (или) дилерской деятельности на рынке ценных бумаг в Республике Казахстан (далее - брокерская и (или) дилерская деятельность).

В части, которая не урегулирована нормативными правовыми актами Республики Казахстан, брокерская и (или) дилерская деятельность осуществляется в соответствии с внутренними документами брокера и (или) дилера, заключенными между брокером и (или) дилером и его клиентами договорами об оказании брокерских услуг и обычаями (в том числе и обычаями делового оборота), если они не противоречат законодательству Республики Казахстан.

Действие Правил распространяется на:

1) банки, являющиеся брокерами и (или) дилерами, в части, не противоречащей законодательству Республики Казахстан, регулиющему банковскую деятельность, за исключением Национального Банка Республики Казахстан;

2) организации, осуществляющие деятельность по управлению инвестиционным портфелем, добровольные накопительные пенсионные фонды, являющиеся брокерами и (или) дилерами, в части, не противоречащей законодательству Республики Казахстан о пенсионном обеспечении;

3) управляющие компании инвестиционных фондов, являющиеся брокерами и (или) дилерами, в части, не противоречащей законодательству Республики Казахстан об инвестиционных фондах.

Регулирующие органы на РЦБ

Национальный Банк Республики Казахстан, выступая мегарегулятором в финансовой сфере (в 2011 году Республика Казахстан объединила регулирующие органы в сфере финансов и ценных бумаг под эгидой НБ РК), является государственным органом, который, помимо прочего, осуществляет регулирование, контроль и надзор за финансовым рынком и финансовыми и другими организациями в пределах своей компетенция. НБ РК выдает лицензии на осуществление финансовой деятельности участникам рынка и принимает нормативные правовые акты.

KASE действует на основании соответствующих лицензий, выданных Национальным Банком Республики Казахстан. В настоящее время, *KASE* включает 53 члена, в том числе банки, брокеры, дилеры и инвестиционные компании. Иностранные юридические лица могут быть признаны членами *KASE*, при условии соблюдения определенных требований, установленных *KASE*.

Ассоциация финансистов Казахстана (АФК) - это негосударственная организация, членами которой являются банки, страховые компании, брокеры и иные профессиональные участники рынка ценных бумаг, лизинговые компании, аудиторские организации, консультационные и научно-образовательные организации. АФК не исполняет регулятивных функций. Однако АФК принимает активное участие в развитии финансового рынка и соответствующего законодательства Республики Казахстан путем представления своих рекомендаций Национальному Банку РК и *KASE*.

2.6 Страховые компании и их деятельность

Сущность и функции страхового рынка

Одним из важных сегментов финансового рынка является страховой рынок.

Страхование – это соглашение о разделе риска, в котором одна сторона соглашается застраховать другую. Страхование является древнейшей формой защиты людей от последствий различных опасностей и катаклизмов. В середине XVIII века возникает большое число профессиональных страховых обществ, выполнявших к этому времени более 100 видов имущественного и личного страхования.

На страховом рынке, представляющем собой социально-экономическое пространство, в котором действуют страхователи, нуждающиеся в страховых

услугах, страховщики (страховые компании), удовлетворяющие спрос на них, страховые посредники и организации страховой инфраструктуры (консалтинговые фирмы и т.д.), объективную основу формирования страхового рынка представляет необходимость обеспечения бесперебойности воспроизводственного процесса путем оказания денежной помощи пострадавшим в случае непредвиденных неблагоприятных обстоятельств.

Страховой рынок, обеспечивая тесную связь между страховщиком и страхователем, представляет собой всю совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи страхового продукта. На этом рынке, осуществляется общественное признание страховой услуги и основными экономическими законами его функционирования являются закон стоимости и закон спроса и предложения. Поскольку страховой рынок формируется в процессе становления товарного хозяйства, то условием возникновения того и другого служат общественное разделение труда и существование различных собственников - обособленных товаропроизводителей. Сам по себе этот рынок предполагает самостоятельность субъектов рыночных отношений, их равноправное партнерство по поводу купли- продажи страховой услуги.

Исходя из сущности страхования, можно выделить следующие *основные функции* страхового рынка:

- *регулирующая* – страховой рынок, как и все остальные рынки, подвержен государственному регулированию;
- *коммерческая* – страховой рынок обеспечивает получение доходов от осуществления операций по страхованию;
- *ценовая* – страховой рынок обеспечивает формирование цены на страховые услуги компании;
- *функция надежности* – операции страхования обеспечивают надежность на случай возникновения неблагоприятной ситуации и др.

Существуют следующие *виды страхования*:

1. По отраслевому признаку:

- рынок страхования жизни (сюда же относятся все долгосрочные виды страхования: пенсий, здоровья, к бракосочетанию, аннуитет и др.);
- рынок страхования имущества;
- рынок страхования ответственности;
- рынок страхования от несчастных случаев.

2. По масштабности:

- национальный;
- региональный;
- международный.

3. В зависимости от организационно-правовых форм индустрии страхования:

- государственное страхование;
- страхование, проводимое акционерными обществами;

- взаимное страхование, которыми создаются соответствующие страховые фонды.

Государственное страхование – это форма страхования, при которой в качестве страховщика выступает государственная организация и оно регулируется законами.

Акционерное страхование – это форма страховой деятельности, где в качестве страховщиков выступают акционерные общества, которые формируют свой уставной капитал через акции, что позволяет учредителям при небольших собственных средствах за счет привлечения денежных ресурсов быстро развернуть проведение страховых операций. В Казахстане законодательством определено создание страховой организации в форме акционерного общества.

Взаимное страхование – форма страховой защиты, побудительным мотивом которой является обеспечение взаимопомощи. Здесь страхователь одновременно является членом страхового общества.

Законом РК «О страховой деятельности» предусмотрен и такой вид страхования, как *трансграничное*, по которому оплата страховой премии производится в республике или за ее пределами. Условия и порядок проведения такого страхования определяется законодательством РК или международным договором, ратифицированным нашей страной.

4. В зависимости от формы осуществления:

- обязательное;
- добровольное.

Обязательное страхование - это страхование, осуществляемое в силу требований законодательных актов. Обязанность страховать свою жизнь или здоровье не может быть возложена на гражданина ни законодательными актами, ни договором. Обязательное страхование, как и добровольное, осуществляется на договорной основе. Договор обязательного страхования может быть заключен только со страховщиком, имеющим лицензию на осуществление данного вида страхования.

Добровольное страхование - страхование, осуществляемое в силу волеизъявления сторон. Виды, условия и порядок добровольного страхования определяются соглашением сторон. Объектом страхования может быть любой интерес гражданина или юридического лица, за исключением противоправного интереса. В отличие от обязательного добровольное страхование всегда ограничено сроком действия договора и осуществляется только при уплате страховых взносов.

5. По объектам:

- личное;
- имущественное.

К объектам *личного страхования* относят жизнь, здоровье и трудоспособность граждан. *Страхование имущества* производится отдельными людьми и хозяйствующими субъектами в качестве защиты от прямого или косвенного ущерба для собственности, которой они владеют или арендуют. К

объектам имущественного страхования относят: наземный, воздушный и водный транспорт, грузы и другое имущество, а также финансовые риски.

Структура страхового рынка Казахстана

Структура казахстанского страхового рынка представлена его участниками и отраслями страхования.

Деятельность участников данного рынка регулируется нормативно-правовыми актами, которые основываются на Конституции РК, Гражданском кодексе РК, на Законе «О страховой деятельности» и иных нормативных правовых актах РК.

Согласно Закону РК «О страховой деятельности» участниками страхового рынка РК являются страховая (перестраховочная) организация, страховой брокер, страховой агент, страхователь, застрахованный, выгодоприобретатель, актуарий, уполномоченная аудиторская организация (уполномоченный аудитор), общество взаимного страхования, иные физические и юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, связанную со страхованием.

На страховом рынке РК участниками страховых отношений являются:

- страхователи, формирующие спрос на страховые услуги;
- компании прямого страхования (страховщики), удовлетворяющие этот спрос;
- перестраховочные компании, обеспечивающие раскладку ущерба по страховым операциям, финансовую устойчивость страхового рынка в целом;
- страховые посредники, способствующие продвижению страховых услуг от страховщика к страхователю;
- организации страховой инфраструктуры.

Уполномоченным государственным органом, осуществляющим страховой надзор, является Комитет Республики Казахстан по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций при Национальном Банке РК (КФН). Основные его задачи в сфере страхового регулирования:

- создание и поддержание стабильной страховой системы страны и формирование инфраструктуры национального страхового рынка;
- регулирование страхового рынка и надзор за страховой деятельностью;
- законодательное закрепление основ страхования, установление видов обязательного страхования, принципов участия республики в системе международного страхования;
- защита прав и законных интересов страхователей, застрахованных и выгодоприобретателей.

Страхователь - лицо, заключившее договор страхования со страховщиком. Страхователями могут быть юридические и физические лица.

Активными участниками развитого страхового рынка являются страховые агенты и брокеры.

Страховой агент - физическое или юридическое лицо, осуществляющее посредническую деятельность по заключению договоров страхования от имени и по поручению страховой организации в соответствии с предоставленными полномочиями.

Страховой брокер – это юридическое лицо, осуществляющее консультационную деятельность по вопросам страхования и перестрахования и посредническую деятельность по заключению договоров страхования от своего имени и по поручению страхователя или договоров перестрахования от своего имени и по поручению цедента. Законом любого государства прописана процедура лицензирования брокерской деятельности, определены порядок и условия этой деятельности, функции, права и обязанности страховых брокеров. Учредители и работники страхового брокера не могут занимать одновременно должности в страховой организации. Законом РК «О страховой деятельности» запрещается участие страховой организации или ее работников, а также организации – нерезидента, не являющейся страховым брокером в создании или деятельности страхового брокера. Кроме того запрещается открытие филиалов и представительств страхового брокера – нерезидента РК на территории РК.

Впервые в законодательной практике Казахстана введено понятие актуарной деятельности.

Актуарий – это физическое лицо, осуществляющее деятельность, связанную с осуществлением экономико-математических расчетов размеров обязательств по договорам страхования и перестрахования в целях обеспечения необходимого уровня платежеспособности и финансовой устойчивости страховой (перестраховочной) организации. Основной обязанностью актуария является разработка рекомендаций по поддержанию платежеспособности компании на уровне, достаточном для обеспечения гарантии выполнения взятых на себя обязательств.

Актуарием вправе выступать физическое лицо, имеющее лицензию на осуществление актуарной деятельности, выданной Национальным банком РК. Для получения лицензии необходим ряд условий, которые настоящий Закон «О страховании» не оговаривает, а ссылается на нормативно правовые акты. Законом, деятельность актуария предусматривает мониторинг всех составляющих процесса страхового обеспечения и периодическую проверку страховых организаций на достаточность резервов в отношении к обязательствам перед страхователями.

Профессиональным участником страхового рынка является также и аудитор. *Аудиторская организация* (аудитор), осуществляет деятельность по аудиту страховой или перестраховочной организации на основании соответствующей лицензии уполномоченного государственного органа. В соответствии с Законом «О страховой деятельности» РК страховые организации обязаны ежегодно проводить аудит своей деятельности.

Аудиторское заключение, в том числе и копия, предоставляются в Национальный банк РК. Деятельность аудитора подлежит лицензированию. Помимо обязательного внешнего аудита, страховая компания по закону обязана иметь в своей структуре службу внутреннего аудита, деятельность которой лицензированию не подлежит. Внутренний аудит определяется внутренней политикой компании, а так же с учетом требований уполномоченного государственного органа.

Общество взаимного страхования, как объединение страхователей – новый участник на казахстанском финансовом рынке. В Казахстане, деятельность ОВС, как новой формы страхования, регулируется Законом «О страховой деятельности» и Статьей 845 Гражданского Кодекса РК – «Взаимное страхование». Эта форма осуществляет страхование имущества и иных имущественных интересов своих членов и является некоммерческими организациями, порядок функционирования которых, осуществляется, согласно требованиям, установленных для страховых (перестраховочных) организаций.

Страховой пул - это объединение страховых компаний для совместного страхования определенных рисков. Деятельность пула строится на принципе сострахования. Каждая компания передает в пул застрахованные риски, получает определенную долю собранных пулом взносов (премий) и в той же доле несет ответственность по возмещению убытков. Пулы получили развитие за рубежом в страховании авиационных, атомных, военных рисков, ответственности и т.д.

В Республике Казахстан определены два основных рынка страхования: «страхование жизни» и «общее страхование».

Понятие страховой организации

Страховая компания представляет собой коммерческую организацию, осуществляющую свою деятельность по заключению и исполнению договоров страхования на основании соответствующей лицензии. В Казахстане страховые организации создаются в форме АО, учредителями и акционерами которых могут быть физические и юридические лица – резиденты и нерезиденты РК. Государство также может выступать учредителем страховой организации, но только в лице Правительства РК. При этом организации, более 50% уставного капитала которых принадлежит государству, не могут быть в числе учредителей и акционеров.

Уставной капитал страховой организации оплачивается исключительно деньгами в национальной валюте. При этом запрещается использование для оплаты акций привлеченных и заемных средств. Решение на ее создание выдается КФН при Национальном Банке РК.

Страховые организации формируют свои ресурсы за счет страховых взносов и направляют накопленные средства на осуществление инвестиционных вложений.

Кроме основной деятельности страховые организации могут выполнять:

- инвестиционную деятельность;
- выдачу своим страхователям займов в пределах выкупной суммы, предусмотренной соответствующим договором накопительного страхования;
- продажу специальной литературы по страхованию;
- продажу или сдачу в аренду имущества, ранее приобретенного для собственных нужд или поступившего в ее распоряжение в связи с заключением договоров страхования;
- консалтинг по вопросам страхования;
- организацию и проведение обучения в целях повышения квалификации специалистов в области страхования или перестрахования;
- страховое посредничество в качестве страхового агента.

Страховые организации Казахстана могут создавать филиалы, представительства и дочерние организации. На 01.01.2018 г. В Казахстане действовало 32 страховых организаций, в том числе по страхованию жизни -7, количество страховых брокеров – 16, количество актуариев – 59, количество страховых (перестраховочных) организаций являются участниками АО «Фонд гарантирования страховых выплат» - 22, количество представительств страховых организаций – нерезидентов РК - 3 [19]¹⁹

Рейтинг страховых компаний мира (Forbes Global)²⁰

Развитие мирового рынка страхования напрямую зависит от экономических тенденций, которые актуальны в мировой экономике. Кризисные явления в финансовой сфере, валютные колебания, смена ценовой конъюнктуры – это далеко неполный перечень факторов, оказывающих непосредственное влияние на страховой рынок в целом и на каждую из страховых компаний, в частности.

Рост количества стихийных бедствий, климатические изменения на планете, развитие автомобилестроения, в том числе, беспилотных автомобилей, уровень распространения заболеваний и другие тенденции вносят коррективы в функционирование мирового страхового рынка. В этой связи также необходимо отметить стремительное развитие инновационных технологий и разработку новых программ в страховой отрасли в ответ на требования рынка.

FORBES GLOBAL 2000

Авторитетное финансово-экономическое издание «Форбс» (Forbes) ежегодно составляет рейтинг страховых компаний мира. В 2018 году опубликован рейтинг, составленный по итогам деятельности крупнейших мировых компаний предыдущего года. В этом внушительном списке –

¹⁹ Текущее состояние страхового сектора РК (по состоянию на 1 января 2018 г.), Алматы, 2018.

²⁰ https://forbes.kz/ranking/rejting_strahovyih_kompaniy_-_2017

компании из 63 стран, совокупный доход которых достиг \$35 трлн., а рыночная стоимость представленных в рейтинге компаний - \$ 44 трлн.

Рейтинг составлен по комплексному сочетанию показателей доходов, продаж, активов и рыночной стоимости компании. В данном списке выделены страховые компании, входящие в топ страховых компаний мира.

Список страховых компаний по странам:

- США — 30;
- Великобритания – 10;
- Канада — 7;
- Китай – 6;
- Швейцария — 6;
- Япония – 6;
- Южная Корея – 5;
- Италия 5;
- Германия 4;
- Нидерланды – 4;
- Бермудские о-ва — 4;
- Австралия – 3;
- Франция – 3;
- Тайвань — 3;
- Австрия — 2;
- Гонконг – 2;
- Норвегия — 2;
- ЮАР — 2;
- Польша, Ирландия, Финляндия, Испания – по одной компании.

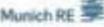
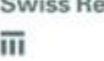
Возглавляет рейтинг диверсифицированных страховых компаний китайская Ping An Insurance Group (таблица 4).

Ping An Insurance Group — №1

Компания из Китая имеет рыночную стоимость \$90 млрд., ее активы оцениваются в \$732,3 млрд. За минувший год компания получила прибыль в размере \$8,7 млрд., объем продаж составил \$98,7 млрд. Ping An Insurance Group основана в 1988 году, в настоящее время стала крупнейшим финансово-страховым холдингом со штаб-квартирой в Шэнчжэне.

Компания занимает 20-ю строчку в общем рейтинге Форбс и лидирует среди страховых компаний мира, сместив с первого места французскую АХА. В 2015 году Ping An Insurance Group занимала 5-е место в рейтинге страховщиков и 83-е место в общем рейтинге с величиной активов \$645,7 млрд. Свою деятельность компания осуществляет в Китае, имеет филиалы и представительства в 150 странах мира.

Таблица 4 - Рейтинг страховых компаний мира (Forbes Global)

Ранг	Компания	Страна	Продажи	доходы	Активы	Рыночная стоимость
 # 20	Ping Страховая группа Д	Китай	\$ 98,7 В	\$ 8,7 В	\$ 732,3 В	\$ 90 В
 # 21	Allianz	Германия	\$ 115,4 В	\$ 7,3 В	\$ 926,2 В	\$ 79,7 В
 # 26	AXA Group	Франция	\$ 129,8 В	\$ 5,9 В	\$ 965,4 В	\$ 61,9 В
 # 48	MetLife	Соединенные Штаты	\$ 68 В	\$ 5,3 В	\$ 884,2 В	\$ 51,4 В
 # 87	American International Group	Соединенные Штаты	\$ 58,3 В	\$ 2,2 В	\$ 496,9 В	\$ 63,7 В
 # 101	Munich Re	Германия	\$ 63,5 В	\$ 3,4 В	\$ 295,7 В	\$ 34,1 В
 # 118	Swiss Re	Швейцария	\$ 35,7 В	\$ 4,6 В	\$ 189,6 В	\$ 35,4 В
 # 125	Generali Group	Италия	\$ 97,1 В	\$ 2,3 В	\$ 539,3 В	\$ 24,1 В
 # 127	Страховая Группа Цюрих	Швейцария	\$ 60,8 В	\$ 1,8 В	\$ 364,2 В	\$ 33,1 В
 # 202	Allstate	Соединенные Штаты	\$ 35,6 В	\$ 2,2 В	\$ 106,5 В	\$ 24,7 В

Allianz — №2

Крупнейшая страховая компания из Германии демонстрирует уверенную стабильность, оставаясь на втором месте в рейтинге Форбс в 2017 г. и в 2018 г. В общем рейтинге Global 2000 компания занимает 21-место.

Рыночная стоимость на конец отчетного периода составила \$79,7 млрд., активы 926,2 млрд., продажи \$115,4 млрд., размер прибыли \$7,3 млрд.

Год основания компании Allianz - 1890 год. Штаб-квартира находится в Мюнхене и имеет звание системно значимой страховой компании для мировой экономики. Кроме того, что это узнаваемый бренд, Allianz является компанией, осуществившей самые крупные страховые выплаты в истории: гибель «Титаника» в 1912 году, наводнение в Европе в 2002 году и другие. Allianz

работает по всему миру через широкую сеть представительств, филиалов и дочерних компаний.

AXA Group — №3

Системно значимой компанией для мировой экономики также признана AXA Group, занимающая третье место в рейтинге страховых компаний и 26-е место в общем мировом рейтинге компаний. AXA Group была основана в 1816 году и по итогам 2017 года имеет рыночную стоимость \$61,9 млрд., активы \$965,4 млрд., продажи \$120,8 млрд., прибыль \$5,9 млрд.

Как указывалось выше, AXA Group по итогам 2017 года возглавляла мировой страховой рынок. Однако, под стремительным напором китайского страховщика Ping An Insurance Group одному из старейших страховщиков Европы пришлось уступить.

MetLife — №4

Страховая компания из США по сравнению с 2017 годом сместилась на одну позицию вниз, занимая 4-е место в рейтинге страховых компаний и 26-е место в общем рейтинге Форбс.

Рыночная стоимость компании \$51,4 млрд., активы \$884,2 млрд., продажи \$68 млрд., прибыль \$5,3 млрд.

Холдинговая компания страхования и пенсионного обеспечения основана в 1868 году. Наиболее активная деятельность компании – в странах Северной и Южной Америки, Азиатско-Тихоокеанского региона, стран Ближнего Востока.

American International Group (AIG) — №5

На пятую позицию в рейтинге в 2018 г. поднялась AIG, занимавшая по итогам 2017 года 9-е место среди страховщиков. В нынешнем рейтинге Форбс компания занимает 5-место среди страховых компаний и 87-место в общем рейтинге.

AIG по итогам работы в 2017 году оценивается в \$63,7 млрд., активы \$496,9 млрд., продажи \$58,3 млрд., прибыль \$2,2 млрд. Американская страховая корпорация основана в 1919 году, осуществляет личное и имущественное страхование в более, чем 100 странах мира.

Munich Re — №6

Шестое место среди страховщиков и 101-е место в общем списке Global 2000 занимает крупнейшая компания страхования и перестрахования Munich Re.

Поднявшись с 18-го места в прошлом году на 6-е место, компания только подтверждает свою стратегию развития.

Рыночная стоимость Munich Re по итогам минувшего года оценивается в \$34,1 млрд., активы \$295,7 млрд., продажи \$63,5 млрд., прибыль \$3,4 млрд. Компания основана в 1880 году и в настоящее время является одним из крупнейших игроков на глобальном рынке страхования.

Swiss Re -№7

Далее за Munich Re на 7-м месте разместился крупнейший перестраховщик из Швейцарии Swiss Re (118-е место в общем рейтинге). Для сравнения: компания занимала 25-е место в рейтинге прошлого года среди страховщиков.

На конец 2016 года рыночная стоимость компании из Цюриха оценивается в \$35,4 млрд., активы \$189,6 млрд., продажи \$35,7 млрд., прибыль \$3,4 млрд.

Основанная в 1863 году, компания имеет большую историю. В настоящее время имеет репутацию надежного перестраховщика, среди клиентов которого крупные корпоративные компании, клиенты из государственного сектора и ряд страховых компаний.

Generali Group — №8

125-е место в общем рейтинге и 8-е место среди страховщиков занимает Generali Group. Страховая группа из Италии имеет двухвековую историю, осуществляя свою деятельность более чем 60 странах мира.

2017 год компания завершила с такими показателями: рыночная стоимость компании \$24,1 млрд., активы \$539,3 млрд., продажи \$97,1 млрд., прибыль \$2,3 млрд.

Компания наиболее активно работает в Италии, в странах Ближнего Востока, Восточной Азии и ставит перед собой цель расширения своего влияния на североамериканском рынке.

Zurich Insurance Group — №9

По сравнению с 2017 годом, Zurich Insurance Group в рейтинге Global 2000 поднялась на пять позиций. В общем рейтинге компания из Швейцарии занимает 127-е место. Рыночная стоимость Zurich Insurance Group оценивается в \$33,1 млрд., активы \$364,2 млрд., продажи \$60,8 млрд., прибыль \$1,8 млрд. Zurich Insurance Group осуществляет свою деятельность в трех направлениях: общее страхование, страхование жизни и агрострахование. Деятельность компании ведется в 170 странах мира через сеть филиалов, дочерних предприятий и представительств.

Это также старейший европейский страховщик, история Zurich Insurance Group ведется с 1872 года.

Allstate — №10

Завершает десятку крупнейших страховых компаний североамериканская компания Allstate. В общем рейтинге Форбс компания занимает 202-е место.

Рыночная стоимость компании по итогам прошедшего года \$24,7 млрд., активы \$106,5 млрд., продажи \$35,6 млрд., прибыль \$2,2 млрд. Allstate основана в 1931 году в Иллинойсе, и в настоящее время является вторым по величине страховщиком, осуществляющим личное страхование в США. В ее страховом портфеле – разнообразные программы страхования авто, недвижимости и другого имущества. Попадание в топ-10 лучших страховых компаний мира

является для компании важным результатом в реализации стратегии расширения своей деятельности.

2.7 Аудиторские фирмы

Аудит (от лат. *audit* — слушает) — термин, имеющий несколько значений. В общем смысле — отрасль экономической деятельности и учебная дисциплина, изучаемая в ВУЗах. В узком смысле слова в соответствии с законодательством Республики Казахстан под аудитом понимается исключительно деятельность по проведению проверки финансовой (бухгалтерской) отчетности и данных учета и выражение по результатам такой проверки обоснованного независимого мнения аудитора о достоверности такой отчетности в форме письменного аудиторского заключения.

В широком смысле слова аудит и как синоним *аудиторская проверка* — процедура независимой проверки и оценки отчетности, данных учета и деятельности организации, а также системы, процесса, проекта или продукта. Чаще всего термин употребляется применительно к проверке бухгалтерской отчетности организаций с целью выражения мнения о ее достоверности.

В деловой практике употребляются понятия «операционный аудит», «технический (промышленный) аудит», «экологический аудит», «аудит качества» и прочие разновидности аудита, однако эти понятия и процессы не имеют легального (указанного в законе) определения. Отдельные виды аудита близки по значению к сертификации. Следует отличать эти виды контрольной, ревизионной и инспекционной деятельности от собственно аудита финансовой отчетности.

История аудита

Потребность в аудите, как предполагается, возникла одновременно с зарождением и развитием товарообменных и денежных отношений. Наиболее древние свидетельства проведения аудита относятся к Китаю около 700 г. до н. э. Считается, что именно Китай и является его родиной. Развитие аудита было тесно связано с особенностями финансово-промышленной истории отдельных стран и определялось, прежде всего, характером развития рынка капитала.

В Европе аудит появился в XII веке, тогда в Англии существовала процедура "Michaelmas Audit of the Sum of the Sheriff's Account", т.е. "Михайло-Архангельский аудит суммы шерифских счетов".

В Средние века в европейских торговых городах по просьбе контрагентов купцов (как правило, других купцов или банковских институтов) аудиторы проверяли бухгалтерские книги купцов и свидетельствовали их достоверность. В XIX веке основными заказчиками аудита стали, помимо кредиторов, собственники компаний, что связано с активным развитием акционерных и ограниченных компаний, в которых собственники не занимались текущим управлением и, соответственно, нуждались в периодической проверке нанятых управляющих.

Глобализация экономики, создание транснациональных корпораций с множеством подразделений, разбросанных по всей стране, а иногда и по всему миру, значительно усилили потребности бизнеса в независимых ревизорах. Кроме того, по мере роста государственного вмешательства в экономику и усложнения системы налогообложения, компании стали испытывать необходимость в независимых специалистах, которые могли проверить бухгалтерскую и налоговую отчетность фирмы с целью выявления ошибок и искажений отчетности и предотвращения санкций со стороны государственных органов.

В XX веке в связи с активным развитием фондового рынка появилась новая категория лиц, заинтересованных в аудите — инвесторы. Как правило, каждая новая волна скандалов, связанных с банкротством компаний, чьи акции или долговые бумаги имеют биржевой листинг и активно обращаются, оборачивалась судебным преследованием аудиторов и ужесточением требований к аудиторам и выполнению ими проверок. В силу многочисленности инвесторы стали наиболее активным и требовательным потребителем аудиторских услуг.

С середины XX века аудиторы стали расширять сферу своих интересов и начали осуществлять деятельность не только по подтверждению бухгалтерской отчетности, но и стали сами вести бухгалтерский учет для сторонних организаций, выступая в роли коллегиального корпоративного бухгалтера и юриста, а также инвестиционного консультанта и доверительного управляющего для своих клиентов. Кроме того, научно-техническая революция вынудила аудиторские компании освоить функции по внедрению современных технологий по управлению предприятием, автоматизации учета, внедрению систем контроля качества и других смежных работ.

Виды аудита

В XX веке аудит разделился на две большие группы:

- финансовый/инвестиционный аудит;
- промышленный аудит.

Финансовый и инвестиционный аудит

Финансовый аудит - это и есть аудит в классическом понимании, то есть проверка финансовой отчетности и выражение мнения о ее достоверности. Ближе примыкает к нему и *инвестиционный аудит* — заключение о целевом и эффективном использовании инвестиционных ресурсов и аудит профессиональных участников инвестиционной деятельности (бирж, инвестиционных и строительных компаний). Также вплотную к финансовому аудиту примыкает ревизионная деятельность и деятельность по проведению инвентаризации. В зависимости от того, проводится ли аудит отчетности компании независимым аудитором или собственными

сотрудниками, принято различать *независимый* (аудит в классическом понимании) и *внутренний* аудит.

Промышленный аудит

Промышленный аудит — более сложное явление, так как включает в себя элементы финансового (в части формирования себестоимости изделий, подтверждения обоснованности тарифов на услуги — например, услуги ЖКХ) и чисто технического аудита.

Под *техническим аудитом* понимают проверку независимыми специалистами системы организации производства, системы контроля и управления качеством, применяемых технических и технологических решений, а также проверку технического состояния машин, оборудования, механизмов, зданий и сооружений, инженерных коммуникаций, систем и сетей, также проверку технической и проектной документации с выражением мнения относительно обоснованности применяемых технических/технологических решений, способов управления производством и соответствия технического состояния инженерно-сложных систем и оборудования требованиям нормативных актов.

К данной категории аудита можно отнести комплекс мероприятия для проведения аудита информационно-технологической среды предприятия - ИТ-аудит систем и сервисов, как и понимание уровня обеспечения программно-техническими средствами - уровень автоматизации.

Вплотную к промышленному аудиту примыкает *инспекционная деятельность* — то есть деятельность по техническому надзору (за изготовлением, строительством, сборкой, пуско-наладкой) технически сложных изделий, имеющих так называемые скрытые работы (работы, которые невозможно увидеть и принять по качеству в будущем — например, фундаментные работы) и деятельность по независимой приемке технически сложных изделий (кораблей, турбин, технологических комплексов) и подтверждению достижения проектных параметров, а также приемке партий товаров с подтверждением их свойств, количества и качества.

Разновидностями промышленного аудита являются экологический аудит (подтверждение нагрузок на природную среду), *энергетический аудит*, *аудит затрат на эксплуатацию и подтверждение тарифов* (применяется, в основном, для обоснования цен на продукцию естественных и иных монополий) и иные виды специальных аудитов.

Аудит персонала

Аудит персонала — это определение, оценка личностного потенциала сотрудников и соответствия сотрудников корпоративной культуре и ценностям компании.

В ходе данного аудита устанавливается уровень соответствия сотрудника занимаемой им должности, оцениваются личностные качества, дается комплексная характеристика работникам.

PR-аудит

Задачи - проверить выполнение задач проекта, проанализировать эффективность израсходования выделенных на проект средств. В ходе аудита используются такие методики, как подсчет количества сообщений, оценки, типы СМИ, оценка материалов по нескольким составляющим, статистическая обработка мотивов. Наряду с перечисленными методиками могут применяться социологические опросы, точечные изучения представителей целевой аудитории проекта.

Экологический аудит

Экологический аудит предприятия — это комплексная и независимая оценка соблюдения требований, в том числе требований действующих международных стандартов, нормативов и нормативных документов в области экологической безопасности, экологического менеджмента и охраны окружающей среды, а также подготовка соответствующих рекомендаций и их документирование по улучшению деятельности предприятий и организаций в экологической сфере.

Крупные мировые аудиторские компании [21]²¹

Предоставлением аудиторских услуг в настоящее время занимаются многие крупные и мелкие аудиторские компании. Самые крупные аудиторские компании мира входят в состав так называемой «*большой четверки*». В настоящее время в «*большую четверку*» входят 4 всемирно известные аудиторские фирмы: PricewaterhouseCoopers, Deloitte, Ernst&Young, KPMG.

Ранее в мире было 8 крупнейших аудиторских фирм, которые назывались, соответственно, «*большая восьмерка*», Однако в 1989 году в результате слияния Deloitte, Haskins and Sells и Touche Ross образовалась компания Deloitte & Touche, а в результате слияния Ernst & Whinney и Arthur Young - Ernst & Young. Таким образом, известная в мире «*восьмерка*» превратилась в «*шестерку*». В 1998 году произошло слияние Price Waterhouse и Coopers & Lybrand, а в 2002 году из «*пятерки*» крупнейших аудиторских компаний мира «*выбыла*» Arthur Andersen. Причиной неудачи стало обвинение компании в соучастии в фальсификации отчетности компании Enron.

Рассмотрим деятельность данных компаний на рынке аудиторских услуг.

PricewaterhouseCoopers (Прайсуотерхаускоуперс). В настоящее время компания является крупнейшей в мире среди тех, которые оказывают аудиторские и консалтинговые услуги. На сегодняшний день офисы компании успешно функционируют в 151 стране мира.

В 2011 году PricewaterhouseCoopers признало свою вину в проведении некачественного аудита компании Satyam Computer Services (Индия). Проблема

²¹ Суханова Ю.В., Прыткова А.В. Крупные аудиторские компании. Международный экономический форум 2012, <http://be5.biz/ekonomika1/r2012/1772.htm>

заклучалась в том, что аудиторы не сумели обнаружить серьезную мошенническую схему, которая наносила владельцу компании существенный ущерб.

Deloitte Touche Tohmatsu – также компания международного уровня, которая оказывает аудиторские и консалтинговые услуги. Офисы компании расположены в 140 странах мира. В отличие от других компаний, входящих в состав «большой четверки», *Deloitte* сохранила свой консалтинговый бизнес в полном объеме, в то время как PwC, Ernst&Young и KPMG и отказались после на шумевших скандалов с WorldCom/Enron.

Ernst & Young – аудиторская компания, штаб-квартира которой расположена в г. Лондоне. Компания была создана в 1989 году в результате слияния американских аудиторских компаний Ernst & Whinney и A. C. Young. Офисы компании расположены в 140 странах мира. В 2008 году журнал BusinessWeek's присвоил компании 1-е место в ежегодном списке «Лучших мест, где стоит начать карьеру». В 2009 году компания заняла сорок четвертое место в списке «100 лучших компаний для работы» Fortune.

Международная аудиторская компания *KPMG* была основана в 1987 году. Название компании является аббревиатурой, происходящей от первых букв фамилий основателей компаний: Piet Klynveld, William Barclay Peat, James Marwick, Dr. Reinhard Goerdeler. В настоящее время компания находится в собственности 7600 сотрудников, являющихся партнёрами KPMG. Основные направления деятельности компании – аудит, налоги и консультирование. Офисы компании функционируют в 146 странах мира.

Контрольные вопросы:

1. Какие виды банков существуют в Казахстане каковы их функции?
2. В чем заключается посредническая деятельность коммерческого банка?
3. Какова роль центрального банка страны в сдерживании инфляции и значение ставки рефинансирования для экономики страны?
3. Какие крупнейшие банки мира?
4. В чем причины надежности и популярности швейцарских банков?
5. Какова структура и состояние банковской системы Казахстана?
6. Что представляет собой фондовая биржа?
7. Какой порядок создания фондовой биржи?
8. В чем заключается деятельность фондовой биржи?
9. Что такое листинг и делистинг?
10. Чем знамениты Нью-Йоркская, Лондонская и Токийская фондовые биржи?
11. Что представляют собой мировые фондовые индексы?
12. Какова организационная структура Казахстанской фондовой биржи?
13. Какие ценные бумаги допускаются к торгам на фондовой бирже РК?
14. Как осуществляется деятельность Казахстанской фондовой биржи?
15. Какова организационная структура Казахстанской фондовой биржи?
16. Каков состав Казахстанской фондовой биржи?
17. Какие методы торгов используются на Казахстанской фондовой бирже?
18. Что представляет собой валютный рынок?
19. Какова роль валютного рынка в финансовой системе страны?
20. Какие функции выполняет валютный рынок?
21. Какова структура валютного рынка в Казахстане?
22. Какие валютные операции осуществляются в Казахстане?
23. Какие факторы влияют на стабильность национальной валюты?
24. Что представляет собой инвестиционный фонд?
25. Какова организационная структура инвестиционного фонда?
26. Какие виды инвестиционных фондов существуют?
28. Что такое взаимный инвестиционный фонд? В чем его особенности?
29. Что представляет собой паевый инвестиционный фонд?
30. Какие виды паевых инвестиционных фондов существуют?
31. Что представляют собой венчурные фонды и какова их роль в экономике?
32. Кого называют брокером, дилером, их функции и какие квалификационные требования к ним предъявляются?
33. В чем состоит сущность брокерско-дилерской деятельности в Республике Казахстан?
34. Как регулируется рынок ценных бумаг?
35. Что представляет собой страховой рынок?
36. Что является инструментом страхового рынка?
37. Какие виды страхования существуют в Казахстане?
38. Какие виды страхования в Республике Казахстан относятся к обязательным?
39. Какие виды страхования в РК относятся к добровольным?

40. Какова структура страхового рынка в Казахстане?
41. В какой форме создаются страховые организации в РК?
Какими видами деятельности, кроме основной, они могут заниматься?
42. Что представляют собой аудит, аудиторская проверка?
43. Какова история аудита?
44. Какие виды аудита известны?
45. Какие аудиторские компании входят в «большую четверку»?

Глоссарий

Актuariй – это физическое лицо, осуществляющее деятельность, связанную с осуществлением экономико-математических расчетов размеров обязательств по договорам страхования и перестрахования в целях обеспечения необходимого уровня платежеспособности и финансовой устойчивости страховой (перестраховочной) организации.

Аудит – это исключительно деятельность по проведению проверки финансовой (бухгалтерской) отчетности и данных учета и выражение по результатам такой проверки обоснованного независимого мнения аудитора о достоверности такой отчетности в форме письменного аудиторского заключения.

Аудиторская проверка - процедура независимой проверки и оценки отчетности, данных учета и деятельности организации, а также системы, процесса, проекта или продукта. Чаще всего термин употребляется применительно к проверке бухгалтерской отчетности организаций с целью выражения мнения о ее достоверности.

Аудит персонала - это определение, оценка личностного потенциала сотрудников и соответствия сотрудников корпоративной культуре и ценностям компании.

Брокер – профессиональный участник рынка ценных бумаг, совершающий сделки с эмиссионными ценными бумагами и иными финансовыми инструментами по поручению, за счет и в интересах клиента.

Валютный рынок - это механизм, с помощью которого устанавливаются правовые и экономические взаимоотношения между потребителями и продавцами валют.

Валюта – любые платежные документы либо денежные обязательства, выраженные в той или иной национальной денежной единице и используемые в международных расчетах.

Валютный обмен – это обмен валюты одной страны на валюту другой.

Валютный курс - это соотношение обмена двух денежных единиц или выражается как цена одной денежной единицы, выраженной в денежной единице другого государства.

Взаимное страхование – форма страховой защиты, побудительным мотивом которой является обеспечение взаимопомощи.

Венчурный фонд – простое товарищество или юридическое лицо в форме акционерного общества или хозяйственного товарищества, осуществляющее привлечение и аккумуляцию денег и иного имущества исключительно в целях венчурного финансирования.

Государственное страхование – это форма страхования, при которой в качестве страховщика выступает государственная организация и оно регулируется законами.

Дилер – профессиональный участник рынка ценных бумаг, совершающий сделки с эмиссионными ценными бумагами и иными финансовыми

инструментами в своих интересах и за свой счет на неорганизованном рынке ценных бумаг и на организованном рынке ценных бумаг с правом прямого доступа к нему.

Добровольное страхование - страхование, осуществляемое в силу волеизъявления сторон.

Инвестиционный аудит — заключение о целевом и эффективном использовании инвестиционных ресурсов и аудит профессиональных участников инвестиционной деятельности.

Инвестиционный фонд – это юридическое лицо, осуществляющее деятельность по привлечению денежных средств посредством выпуска и открытого размещения собственных акций и формированию инвестиционного портфеля ценных бумаг за счет привлеченных средств.

Коммерческий банк – это юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, осуществляющее депозитные, кассовые, переводные, учетные, ссудные и другие операции, согласно законодательству Республики Казахстан.

Котировка валюты – это определение курсов валюты между странами, на основе которых устанавливается соотношение их денежных единиц, предложенных для обмена.

Обязательное страхование - это страхование, осуществляемое в силу требований законодательных актов.

Страхователь - лицо, заключившее договор страхования со страховщиком.

Страховой пул - это объединение страховых компаний для совместного страхования определенных рисков.

Страховая компания – это коммерческая организация, осуществляющая свою деятельность по заключению и исполнению договоров страхования на основании соответствующей лицензии.

Страхование – это соглашение о разделе риска, в котором одна сторона соглашается застраховать другую.

Страховой агент - физическое или юридическое лицо, осуществляющее посредническую деятельность по заключению договоров страхования от имени и по поручению страховой организации в соответствии с предоставленными полномочиями.

Управляющий инвестиционным фондом – это юридическое лицо, выполняющее профессиональную деятельность по управлению портфелем ценных бумаг и действующее на основании заключенного с инвестиционным фондом договора.

Финансовый аудит - это и есть аудит в классическом понимании, то есть проверка финансовой отчетности и выражение мнения о ее достоверности.

Фондовая биржа - это саморегулируемая организация, создаваемая профессиональными участниками рынка ценных бумаг в форме акционерного общества, деятельность которой основывается на принципе самокупаемости.

Фондовый индекс – сводный индекс, вычисляемый на основе цен определенной группы ценных бумаг – «индексной корзины».

Эмиссионные банки – это центральные банки, наделенные исключительным правом эмиссии денежных знаков в обращение.

Экологический аудит предприятия - это комплексная и независимая оценка соблюдения требований, в том числе требований действующих международных стандартов, нормативов и нормативных документов в области экологической безопасности, экологического менеджмента и охраны окружающей среды, а также подготовка соответствующих рекомендаций и их документирование по улучшению деятельности предприятий и организаций в экологической сфере.

3. ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА РАБОЧЕЙ СИЛЫ

3.1 Персонал организации: основные понятия и теории

Теория управления о роли человека в организации

Становление науки управления персоналом происходило в рамках возникновения и развития науки управления организацией. Только в начале XX века управление персоналом стало развиваться самостоятельно, как специализированная функция управления и как научное направление. Считается, что специализация этой отрасли началась в 1900 году. Возникновение функции управления персоналом было обусловлено необходимостью организации некой производственной деятельности и управления ею в целях эффективного функционирования. Поэтому корни управления персоналом уходят глубоко в историю человечества. В период перехода от первобытно-общинного к родовому строю сложилась простейшая кооперация как исторически первая форма общественного труда, которая заключалась в совместной, коллективной работе.

В результате промышленной революции XIX века мануфактуры были вытеснены фабриками, использующими более сложную машинную технику и нанимающими большое число работников. На фабриках изменилось содержание труда: квалифицированная деятельность ремесленников сменилась однообразным механическим обслуживанием машин. Рост масштабов производства и усиление недовольства условиями труда со стороны работников большинства экономических организаций того времени постепенно вынуждали руководителей этих организаций нанимать сотрудников, занимающихся исключительно отношениями с рабочими. В этот период обострение социальных конфликтов обусловило формирование профессиональных союзов рабочих с целью защиты их интересов. Для налаживания отношений между рабочими и руководством требовались не только отдельные сотрудники, но и целые подразделения.

Таким образом, на предприятиях появились первые структуры, функциями которых являлось управление персоналом. Первоначально к этим функциям относился наем на работу и учет рабочего времени. В 20-х годах подобные подразделения получили широкое распространение в США и странах Западной Европы.

В течение XX в. теория и практика управления персоналом получили интенсивное развитие от простейших функций надзора за трудовой деятельностью до развития интеллектуального потенциала работников как одного из основных конкурентных преимуществ организации. За этот период возникали и развивались теоретические основы управления персоналом в виде трех классов теорий: классических теорий, теорий «человеческих отношений» и теорий «человеческих ресурсов». При этом класс теорий «человеческих отношений» возник как альтернатива классическим теориям, критикуя их основные положения. Теории «человеческих ресурсов» выросли из теорий

«человеческих отношений», развивая и дополняя их основные принципы и положения.

Сущность управления персоналом

Основные понятия и термины:

Рабочая сила – 1) особая разновидность товара, товар на рынке труда; 2) экономическая категория, выражающая способность к труду; совокупность физических и интеллектуальных способностей, знаний, умений и навыков, которыми располагает человек и которые используются им для производства жизненных благ; 3) численность населения, предлагающего свой труд на рынке рабочей силы.

Трудовые ресурсы – часть населения страны, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, необходимыми для работы в народном хозяйстве.

Кадры (от фр. cadres) – социально-экономическая категория, обозначающая постоянный (штатный) состав работников, т.е. трудоспособных граждан, состоящих в трудовых отношениях с государственными, кооперативными, частными и т.д. предприятиями, фирмами, организациями, учреждениями.

Персонал (от лат. personalis – личный) – категория работников, объединенных по признаку принадлежности к организации (аппарату, отделу, службе, лаборатории, кафедре и т.д.) или к профессии (управленческий, административный, инженерный, технический и т.д.).

Человеческие ресурсы (ЧР) – термин, характеризующий с качественной, содержательной стороны кадровый состав или весь персонал предприятия (фирмы, учреждения, организации), рабочую силу или трудовые ресурсы отрасли, территории региона, страны в целом.

В последние 50 лет термин «управление персоналом» использовался для описания функции управления, посвященной найму, развитию, обучению, ротации, обеспечению безопасности и увольнению персонала. В современном подходе к определению делается акцент на вкладе персонала, удовлетворенного работой, в достижение корпоративных целей, таких, как лояльность потребителей, экономия издержек и рентабельность. Это обусловлено пересмотром концепции «управления персоналом» в последнем десятилетии XX века. На смену противоречивым отношениям между работодателями и наемными работниками, при которых в рабочей обстановке организации доминировала жесткая регламентация процедур взаимодействия с работниками, пришла атмосфера сотрудничества, которая имеет следующие *особенности*:

- сотрудничество в рамках небольших рабочих групп;
- ориентация на удовлетворение потребителей;
- значительное внимание уделяется целям бизнеса и вовлечению персонала для достижения этих целей;
- расслоение организационных иерархических структур и делегирование ответственности лидерам рабочих групп.

Модели управления персоналом

В современных условиях в мировой управленческой практике применяются разнообразные персонал-технологии, модели кадрового менеджмента, нацеленные на более полную реализацию трудового и творческого потенциала для достижения общего экономического успеха и удовлетворения личных потребностей работников. В целом современные модели управления персоналом можно разделить на *технократические, экономические, современные*.

Специалисты и исследователи развитых стран выделяют следующие *модели управления персоналом*:

- управление по целям;
- управление посредством мотивации;
- рамочное управление;
- управление на основе делегирования;
- партисипативное управление;
- предпринимательское управление.

Управление по целям – система управления с заданием результатов при децентрализованной организации руководства (корпоративные центры прибыли).

Задачи делегируются рабочим группам и определяется достижение конкретных результатов. Такая система имеет различные этапы задания результатов, этапы измерения результатов и этапы контроля результатов.

Управление по целям – это система не только управления, но и мышления и поведения членов организации. Целевое управление делает основной упор на мотивацию человеческих ресурсов, обеспечение сотрудничества между всеми членами трудового коллектива, развитие работников, постоянное обогащение труда.

Таким образом, управление по целям можно определить как процесс, направленный на достижение поставленных задач и результатов, в котором:

- с помощью процесса планирования определяются в разных интервалах времени устремления организации и ее членов;
- настойчивое осуществление планов подкрепляется сознательным ежедневным управлением делами, людьми и окружением;
- результаты оцениваются для принятия решений, ведущих к проведению последующих мероприятий.

Управление посредством мотивации опирается на изучение потребностей, интересов, настроений, личных целей сотрудников, а также на возможность интеграции мотивации с производственными требованиями и целями организации. Кадровая политика при такой модели ориентируется на развитие человеческих ресурсов, укрепление морально-психологического климата, на реализацию социальных программ.

Мотивационный менеджмент – это построение системы управления на основе приоритетов мотивации, на основе выбора эффективной мотивационной модели.

Как известно, в управленческой науке разработаны различные мотивационные модели, которые нашли широкое практическое применение в преуспевающих фирмах развитых стран. Среди них наиболее традиционными являются:

- рациональная мотивационная модель, в основе которой лежит использование материальных стимулов, то есть посредством награждения или взысканий по результатам работы;
- мотивационная модель самореализации, суть которой состоит в активизации внутренних мотивов человека, возможности самовыражения, проявления творческой инициативы в работе; признание заслуг, расширение самостоятельности и ответственности, перспективы карьеры и профессионального роста;
- мотивационная модель сопричастности (соучастия) через развитие сотрудничества, партнерства, участие в управлении, собственности, делегирование полномочий.

Модель рамочного управления исходит из того, что сотрудники могут самостоятельно принимать решения в пределах заранее установленных границ (рамок). Рамки могут задаваться важностью процесса, его непредсказуемостью, нормами, которые нельзя нарушать. Технология рамочного управления предполагает следующую последовательность действий: определение задания, получение его сотрудником, создание надлежащей информационной системы, определение границ самостоятельности и способов вмешательства руководителя.

Рамочное управление создает условия для развития инициативы, ответственности и самостоятельности работников, повышает уровень организованности и коммуникаций в организации, способствует росту удовлетворенности трудом и развивает корпоративный стиль руководства.

Более совершенной системой управления человеческими ресурсами является управление посредством делегирования, при котором сотрудникам передаются компетенция и ответственность, право самостоятельно принимать решения и осуществлять их.

Управление на основе делегирования

Делегирование полномочий давно используется в менеджменте, подразумевая передачу подчиненному функций, закрепленных непосредственно за его руководителем, то есть это перевод задач на более низкий уровень. Управление, основанное на делегировании полномочий и ответственности, принципиально отличается от вышеизложенного. Такая модель управления часто называется Бад-Гарцбургской моделью (основоположник – профессор Р. Хен, работавший в немецком городе Бад-Гарцбург), суть которой состоит в объединении трех действий:

1. Ясная постановка задачи.
2. Четкое определение рамок принятия решений.
3. Четкое разграничение ответственности за действия и результат.

По своему замыслу эта модель направлена на изменение поведение сотрудников через «руководство в единстве с сотрудниками». Разработка этой модели была продиктована убеждением в том, что традиционный авторитарный стиль управления больше не соответствует демократическому общественному устройству, в частности требованиям и способностям современного высококвалифицированного и самостоятельно думающего работника. Гарцбургская модель была призвана активизировать нереализованный потенциал сотрудников и сформировать из простых исполнителей мыслящих и действующих предпринимателей. Гарцбургская модель базируется на следующих принципах:

- производственные решения должны приниматься на тех уровнях, на которых возникает необходимость в них и где они реализуются;
- производственные решения должны приниматься не отдельными высшими или средними в должностной иерархии руководителями, многими сотрудниками;
- вместо отдельных поручений каждому сотруднику следует предоставлять четко очерченное поле деятельности, в рамках которого он может самостоятельно принимать решения;
- ответственность должна концентрироваться не только у высшего руководства, но и делегироваться в подразделения, работникам, которые занимаются данными проблемами;
- распределение задач должно следовать не сверху вниз, а снизу вверх по принципу передачи на высший уровень только тех решений, которые не могут компетентно приниматься на нижнем уровне;
- принципы взаимоотношений руководителей и сотрудников должны быть четко определены и оформлены в специальном документе по руководству предприятием. Следование этим принципам обязательно для всех.

Главным достоинством гарцбургской модели управления человеческими ресурсами является развитие у сотрудников инициативы, самостоятельности и трудовой мотивации, что в целом повышает эффективность функционирования организации и ее конкурентные преимущества.

Партисипативное управление базируется на предпосылке: если работник принимает участие в делах фирмы, вовлечен в управление и получает от этого удовлетворение, то он работает более заинтересованно и производительно. Партисипативное управление может быть реализовано на базе следующих предпосылок:

- работники получают право самостоятельно принимать решения по поводу планирования своей трудовой деятельности, ритму работы, технологии решения задач и т.д.;

- руководство привлекает работников к подготовке и принятию решений по использованию ресурсов, форме оплаты труда, графику работы и т.п.;
- работникам предоставляется право контроля качества продукции и установления ответственности за конечный результат;
- работники принимают участие в инновационной, предпринимательской деятельности с различными формами вознаграждения.

С точки зрения методологии управления человеческими ресурсами работники из объекта управления превращаются в субъект управления, который самостоятельно решает проблемы развития организации. На основе самоуправления работник может реализовать свои потребности в самовыражении, признании и соучастии, а предприятие достигает высокой производительности труда и качества продукции.

В основе *предпринимательского управления* лежит концепция интрепренерства, получившая название от двух слов: «антрепренерство» – предпринимательство и «интре» – внутренний. Суть данной концепции заключается в развитии предпринимательской активности внутри организации, которую можно представить как сообщество предпринимателей, новаторов и творцов.

Главное, что отличает предпринимательскую организацию, – это формирование предпринимательской философии, пронизывающей всю систему управления, в том числе и систему управления человеческими ресурсами. Дух творчества, постоянный поиск новых возможностей, коллективное самообучение, партнерство и доверие побуждает работников к самореализации, новаторству и сотрудничеству в рамках собственной организации. Особенностью интрепренерства является ориентация на демократичный, а не на принудительный механизм управления, на интеграцию предпринимательских инициатив с планами корпоративных стратегий.

В современной науке и практике менеджмента, как свидетельствует выше проведенный анализ, происходит постоянный процесс совершенствования, обновления и поиска новых подходов, концепций, идей в области управления человеческими ресурсами как ключевым и стратегическим ресурсом деловых организаций. На выбор той или иной управленческой модели влияют тип бизнеса, корпоративная стратегия и культура, организационная среда. Модель, успешно функционирующая в одной организации, может оказаться совсем не эффективной для другой, так как не удалось ее интегрировать в организационную систему управления.

3.2 Кадровая политика организации

Сущность и направления кадровой политики

Деятельность организации в области управления персоналом должна определяться основными направлениями управления персоналом, наиболее существенными для данной организации, а также основными характеристиками этой работы. Как правило, эти направления и их характеристики отражаются в

кадровой политике организации, которая является частью стратегии развития организации в целом.

Под *кадровой политикой организации* понимают генеральное направление работы с персоналом, отражающее совокупность принципов, методов, набор правил и норм в области работы с персоналом, которые должны быть осознаны и определенным образом сформулированы.

Цель кадровой политики – обеспечение оптимального баланса процессов обновления и сохранения численности и качественного состава персонала в соответствии с потребностями самой организации, требованиями действующего законодательства и состоянием рынка труда.

Кадровая политика не всегда четко обозначена и представлена в виде документа, однако, независимо от степени выраженности, она существует в каждой организации. На ее формирование и развитие влияют *внешние и внутренние факторы*.

Факторы внешней среды – те, которые организация как субъект управления не может изменить, но должна учитывать для правильного определения потребности в персонале и оптимальных источников покрытия этой потребности. К ним относятся:

- ситуация на рынке труда (демографические факторы, политика в области образования, взаимодействие с профсоюзами);
- тенденции экономического развития;
- научно-технический прогресс (характер и содержание труда, который оказывает влияние на потребности в тех или иных специалистах, возможности переподготовки персонала);
- нормативно-правовая среда (т.е. «правила игры», которые установлены государством; трудовое законодательство, законодательство в области охраны труда, занятости, социальные гарантии и т.д.).

Факторы внутренней среды – это факторы, которые поддаются управляющему воздействию со стороны организации. К ним можно отнести:

- цели организации (на их основе формируется кадровая политика);
- стиль управления (жестко централизована или предпочитающая принцип децентрализации – в зависимости от этого требуются разные специалисты);
- финансовые ресурсы (от этого зависит возможность организации финансировать мероприятия по управлению персоналом);
- кадровый потенциал организации (связан с оценкой возможностей работников организации, с правильным распределением обязанностей между ними, что является источником эффективной и стабильной работы);
- стиль руководства (все они не в одинаковой мере влияют на проведение определенной кадровой политики).

Виды кадровой политики

Виды кадровой политики можно сгруппировать по двум направлениям:

1. По масштабам кадровых мероприятий.

2. По степени открытости.

Первое основание может быть связано с уровнем осознанности тех правил и норм, которые лежат в основе кадровых мероприятий, и связанным с этим уровнем непосредственного влияния управленческого аппарата на кадровую ситуацию в организации. По данному основанию можно выделить следующие *виды кадровой политики*:

- пассивная;
- реактивная;
- превентивная;
- активная.

Пассивная кадровая политика. Само представление о пассивной политике кажется алогичным. Однако мы можем встретиться с ситуацией, в которой руководство организации не имеет выраженной программы действий в отношении персонала, а кадровая работа сводится к ликвидации негативных последствий. Для такой организации характерно отсутствие прогноза кадровых потребностей, средств оценки труда и персонала, диагностики кадровой ситуации в целом. Руководство в ситуации подобной кадровой политики работает в режиме экстренного реагирования на возникающие конфликтные ситуации, которые стремится погасить любыми средствами, зачастую без попыток понять причины и возможные последствия.

Реактивная кадровая политика. В русле этой политики руководство предприятия осуществляет контроль за симптомами негативного состояния в работе с персоналом, причинами и ситуацией развития кризиса: возникновение конфликтных ситуаций, отсутствие достаточно квалифицированной рабочей силы для решения стоящих задач, отсутствие мотивации к высокопродуктивному труду. Руководство предприятия предпринимает меры по локализации кризиса, ориентировано на понимание причин, которые привели к возникновению кадровых проблем. Кадровые службы таких предприятий, как правило, располагают средствами диагностики существующей ситуации и адекватной экстренной помощи. Хотя в программах развития предприятия кадровые проблемы выделяются и рассматриваются специально, основные трудности возникают при среднесрочном прогнозировании.

Превентивная кадровая политика. В подлинном смысле слова политика возникает лишь тогда, когда руководство фирмы (предприятия) имеет обоснованные прогнозы развития ситуации. Однако организация, характеризующаяся наличием превентивной кадровой политики, не имеет средств для влияния на нее. Кадровая служба подобных предприятий располагает не только средствами диагностики персонала, но и прогнозирования кадровой ситуации на среднесрочный период. В программах развития организации содержатся краткосрочный и среднесрочный прогнозы потребности в кадрах, как качественный, так и количественный, сформулированы задачи по развитию персонала. Основная проблема таких организаций – разработка целевых кадровых программ.

Активная кадровая политика. Если руководство имеет не только прогноз, но и средства воздействия на ситуацию, а кадровая служба способна разработать антикризисные кадровые программы, проводить постоянный мониторинг ситуации и корректировать исполнение программ в соответствии с параметрами внешней и внутренней ситуацией, то мы можем говорить о подлинно активной политике.

Но механизмы, которыми может пользоваться руководство в анализе ситуации, приводят к тому, что основания для прогноза и программ могут быть как рациональными (осознаваемыми), так и нерациональными (мало поддающимися алгоритмизации и описанию).

В соответствии с этим мы можем выделить *два подвида* активной кадровой политики: рациональную и авантюристическую.

При *рациональной* кадровой политике руководство предприятия имеет как качественный диагноз, так и обоснованный прогноз развития ситуации и располагает средствами для влияния на нее. Кадровая служба предприятия располагает не только средствами диагностики персонала, но и прогнозирования кадровой ситуации на среднесрочный и долгосрочный периоды. В программах развития организации содержатся краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный прогнозы потребности в кадрах (качественной и количественной). Кроме того, составной частью плана является программа кадровой работы с вариантами ее реализации.

При *авантюристической* кадровой политике руководство предприятия не имеет качественного диагноза, обоснованного прогноза развития ситуации, но стремится влиять на нее. Кадровая служба предприятия, как правило, не располагает средствами прогнозирования кадровой ситуации и диагностики персонала, однако в программы развития предприятия включены планы кадровой работы, зачастую ориентированные на достижение целей, важных для развития предприятия, но не проанализированных с точки зрения изменения ситуации. План работы с персоналом в таком случае строится на достаточно эмоциональном, мало аргументированном, но, может быть, и верном представлении о целях работы с персоналом.

Проблемы при реализации подобной кадровой политики могут возникнуть в том случае, если усилится влияние факторов, которые ранее не включались в рассмотрение, что приведет к резкому изменению ситуации, например, при существенном изменении рынка, появлении нового товара, который может вытеснить имеющийся сейчас у предприятия. С точки зрения кадровой работы необходимо будет провести переобучение персонала, однако быстрая и эффективная переподготовка может быть успешно проведена, например, на предприятии, обладающем скорее молодым персоналом, чем на предприятии, имеющем очень квалифицированный, хорошо специализированный персонал пожилого возраста. Таким образом, понятие “качество персонала” включает *еще один параметр*, который, скорее всего, не был учтен при подготовке плана кадровой работы в рамках данного типа кадровой политики.

Вторым основанием для дифференциации кадровых политик может быть принципиальная ориентация на собственный персонал или на внешний персонал, степень открытости по отношению к внешней среде при формировании кадрового состава. По этому основанию традиционно выделяют два типа кадровой политики:

1. открытую;
2. закрытую.

Открытая кадровая политика характеризуется тем, что организация прозрачна для потенциальных сотрудников на любом уровне, можно прийти и начать работать как с самой низовой должности, так и с должности на уровне высшего руководства. Организация готова принять на работу любого специалиста, если он обладает соответствующей квалификацией, без учета опыта работы в этой организации.

Такая кадровая политика характерна для современных телекоммуникационных компаний или автомобильных концернов, которые готовы “покупать” людей на любые должностные уровни независимо от того, работали ли они ранее в подобных организациях. Такого типа кадровая политика также свойственна новым организациям, ведущим агрессивную политику завоевания рынка, ориентированным на быстрый рост и стремительный выход на передовые позиции в своей отрасли.

Закрытая кадровая политика характеризуется тем, что организация ориентируется на включение нового персонала только с низшего должностного уровня, а замещение происходит только из числа сотрудников организации. Такого типа кадровая политика характерна для компаний, ориентированных на создание определенной корпоративной атмосферы, формирование особого духа причастности, а также, возможно, работающих в условиях дефицита кадровых ресурсов.

В таблице 5 приведен сравнительный анализ основных характеристик открытой и закрытой кадровой политики.

Таблица 5. Сравнительная характеристика открытого и закрытого видов кадровой политики

Кадровый процесс	Открытая кадровая политика	Закрытая кадровая политика
Набор персонала	Ситуация высокой конкуренции на рынке труда	Ситуация дефицита рабочей силы, отсутствие притока новых рабочих рук
Адаптация персонала	Возможность быстрого включения в конкурентные отношения, внедрение новых для организации подходов, предложенных новичками	Эффективная адаптация за счет института наставников (“опекунов”), высокой сплоченности коллектива, включение в традиционные подходы
Обучение и развитие персонала	Затруднена возможность роста, так как преобладает	Предпочтение при назначении на вышестоящие должности всегда

	тенденция набора персонала	отдается сотрудникам компании, проводится планирование карьеры
Мотивация	Предпочтение отдается вопросам стимулирования (внешней мотивации)	Предпочтение отдается вопросам мотивации (удовлетворение потребности в стабильности, безопасности, социальном принятии)
Внедрение инноваций	Постоянное инновационное воздействие со стороны новых сотрудников, основной механизм инноваций – контракт, определение ответственности сотрудника и организации	Необходимость специально инициировать процесс разработки инноваций, высокое чувство причастности, ответственности за изменения за счет осознания общности судьбы человека и предприятия

Стратегия управления персоналом

Кадровая политика предусматривает, в первую очередь, формирование стратегии управления персоналом организации, которая учитывает стратегию деятельности организации в целом. Таким образом, управление персоналом, как одна из функций менеджмента организации, может также рассматриваться как часть стратегического управления.

Стратегическое управление персоналом организации – это управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее организации выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе.

Сущность стратегического управления персоналом заключается в ответе на три важнейших вопроса:

- 1) Где сейчас находится организация и ее персонал?
- 2) В каком направлении должен развиваться персонал в соответствии со стратегией развития организации?
- 3) Что необходимо сделать, чтобы персонал стал способным выполнять новые задачи фирмы?

Выделяют следующие *цели стратегического управления персоналом*:

- 1) Обеспечение потребности организации в персонале на перспективу.
- 2) Регулирование уровня оплаты труда, достаточного для подбора, удержания и мотивации персонала на всех организационных уровнях.
- 3) Высокий приоритет развития лидерства на ключевых должностях.
- 4) Обеспечение эффективных программ обучения и развития для повышения квалификации всего персонала и формирование высокой внутренней динамики персонала.
- 5) Развитие эффективных систем коммуникации между управленческим звеном и другими сотрудниками, между департаментами и отделами.
- 6) Создание механизмов борьбы с последствиями психологического восприятия перемен.

Объектами стратегического управления персоналом являются:

- сотрудники организации;
- условия труда;
- структура персонала.

Существует большое количество подходов к *дифференциации стратегий*. Различают стратегии инновационных предприятий, стратегии диверсификации, стратегии, ориентированные на получение максимальной прибыли, стратегии, ориентированные на потребителей, стратегии организационного развития и т.д.

Стратегия управления персоналом может быть как подчиненной по отношению к стратегии организации в целом, так и совмещенной с ней, представляющей единое целое. Но и том, и в другом случае стратегия УП ориентируется на конкретный тип корпоративной или деловой стратегии (бизнес-стратегии). Каждому варианту стратегии организации соответствует свой вариант стратегии управления персоналом.

Как и любой процесс управления, стратегическое управление обязательно включает следующие этапы:

- этап анализа;
- этап планирования (выбора);
- этап реализации принятого решения.

На этапе *анализа* определяются и оцениваются наиболее важные для развития организации факторы, называемые стратегическими факторами. Эти факторы относятся как к внешней, так и к внутренней среде организации. Наиболее распространенным инструментом анализа стратегических факторов является выявление угроз и возможностей внешней среды, а также сильных и слабых сторон организации (SWOT-анализ).

На следующем этапе происходит формулирование возможных организационных стратегий и *выбор* лучшей стратегической альтернативы для ее реализации. Также на этом этапе происходит формулирование *миссии и целей организации*.

Когда общая стратегия сформулирована, внимание стратегического менеджмента переключается на процесс ее *реализации*. Стратегия воплощается в жизнь через разработку программ, бюджетов, и процедур, которые можно рассматривать как краткосрочные и среднесрочные планы реализации стратегии.

Таким образом, рассматривая управление персоналом в контексте стратегического управления организацией, формирование стратегии управления персоналом предполагает следующие *этапы*:

- 1) миссия организации;
- 2) анализ внешней и внутренней среды;
- 3) формирование и выбор стратегии;
- 4) реализация стратегии;
- 5) оценка и контроль за ходом реализуемой стратегии.

Разрабатывая стратегию управления персоналом, необходимо руководствоваться правилом: в основу совершенствования систем и методов

управления должны быть положены человеческие ресурсы, рассматриваемые в совокупности различных элементов системы управления персоналом..

Формирование стратегии управления персоналом может проходить двумя способами:

1 – снизу – вверх: Подразделения → Собственная стратегия и план мероприятий → Интеграция в единый план организации;

2 – сверху – вниз: Руководство → Стратегия развития → Стратегия и план для каждого подразделения.

3.3 Привлечение персонала

Маркетинг персонала

Кадровое планирование служит ряду целей, самая обширная из которых – это обеспечение организации квалифицированными сотрудниками. Разрабатываемый и корректируемый в процессе кадрового планирования *план человеческих ресурсов* является одним из отправных пунктов процедур, связанных с набором и отбором кандидатов на вакантные должности. Другой отправной точкой в процессе набора кандидатов и их последующей оценки можно считать *разработку требований к кандидатам* на различные должности.

Именно с этих двух процессов – планирование персонала и определение его ключевых характеристик – и начинается процесс привлечения кандидатов.

Схематически процесс привлечения персонала отображен на рисунке 11. Данная схема характерна для крупных организаций, осуществляющих кадровое планирование на долгосрочный период. Однако в условиях пассивной кадровой политики привлечение персонала может начинаться сразу с процедур набора.

Процесс привлечения персонала – рекрутирование (рекруитмент) – представляет собой специфический вид маркетинговой деятельности.

Как в обычной маркетинговой деятельности, в процессе рекруитмента кандидатов на вакантные должности существует несколько *этапов*:

1. *Исследование рынка* – тенденции рынка труда, специфика занятости, стратегия конкурентов и т.д.

2. *Разработка товара* – на рынке рабочей силы представляет собой, прежде всего, обеспечение конкурентоспособных условий труда, привлекательность рабочего места, что находит отражение в рекламной информации (все зависит от компании, нет общих правил).

3. *Ценообразование* в процессе рекруитмента подразумевает разработку системы заработной платы, льгот и компенсаций (на этот процесс влияет спрос и предложение на рынке труда, объективные условия рынка).

4. *Продвижение товара* составляет суть рекруитмента кандидатов на вакантные должности, т.е. способы привлечения.



Рисунок 11. Этапы процесса привлечения персонала

Подход к процессу рекрутинга включает:

- 1) Определение потребности в персонале с учетом основных целей организации.
- 2) Получение точной информации о том, какие требования к работнику предъявляет вакантная должность.
- 3) Установление квалификационных требований, необходимых для успешного выполнения работы.
- 4) Определение личностных и деловых качеств, необходимых для эффективного выполнения работы.
- 5) Поиск возможных источников кадрового выполнения и выбор адекватных методов привлечения подходящих кандидатов.
- 6) Определение подходящих методов отбора кадров, позволяющих лучше всего оценить пригодность кандидатов к работе в данной должности.
- 7) Обеспечение наилучших условий для адаптации новых работников к работе в организации.

Требования к кандидатам составляет набор характеристик, которым должен обладать специалист, наиболее подходящий на конкретную вакантную должность. На основании этих требований кандидаты оцениваются на конкурсной основе в процессе отбора. Следовательно, методы оценки

кандидатов на должность выбираются в зависимости от сформулированных требований. Например, оценить конкретные профессиональные знания можно либо путем собеседования, либо путем тестирования. Оценить личностные качества такие, как мотивация, лидерство, стрессоустойчивость и т.д., возможно оценить путем различных интервью (тип интервью выбирается в зависимости от оцениваемых качеств).

Проведя поверхностный анализ, несложно заметить, что наибольшая текучесть кадров наблюдается на позициях начальных уровней, в этой ситуации для минимизации затрат и хеджирования рисков многие фирмы предпочитают набирать в штат так называемый «*temporary staff*» – временный штат, нанятый специализированными агентствами и даваемый ими напрокат. При этом у фирмы не бывает особых проблем – смотрят: подходит или не подходит.

Многие фирмы считают, что текучесть персонала – нормальный и даже необходимый процесс для процветания компании. Нужно учитывать, что:

- имеются категории работников (высококласные специалисты, компетентные и т.д.), при увольнении которых фирмы имеют большие затраты на привлечение на такое вакантное место; поэтому важно отслеживать и прогнозировать текучесть персонала не в общем по фирме, а по определенным группам; прогнозировать текучесть на уровне старших управленцев практически невозможно, за исключением случаев, когда уход инициирован руководством фирмы; уход любого топ-менеджера – обстоятельство форс-мажорное;

- движение персонала на низших уровнях прогнозировать несложно, и затраты на замену персонала этих уровней, как правило, невелики и постоянны.

Еще один фактор, инициирующий необходимость найма новых сотрудников, – развитие бизнеса, влекущее за собой изменение структуры компании, и, следовательно, требований к сотрудникам.

Потребность в низших позициях может определить служба управления персоналом, но потребность в ключевых сотрудниках может предполагать только руководство. Поэтому прежде, чем планировать найм руководителей среднего и высшего звена, необходимо организовать беседу с инициаторами бизнеса, менеджерами, ответственными за его развитие, а потом определить бюджет расходов на привлечение персонала.

Любая HR стратегия диктует менеджеру по персоналу определенный уровень «качества» подбираемого им персонала, соответственно, качество сотрудников определяется тремя факторами (рис.12):



Рисунок 12. Критерии поиска

1. *Профессиональные качества.* Кандидат, отвечающий требованиям компании по своим профессиональным качествам, обладает достаточными навыками, знаниями и опытом для решения задач, стоящих перед организацией.

2. *Личностные качества* характеризуют, как человек «впишется» в организацию.

3. *Мотивированность.* Человек должен быть мотивирован для выполнения той работы, которая ему предложена.

На практике существуют разные подходы к формулировке требований к кандидатам. Как правило, применяются следующие инструменты:

- должностная инструкция;
- квалификационная карта;
- модель компетенций;
- модель рабочего места;

Должностная инструкция является одним из видов формализации требований к кандидатам и представляет собой документ, описывающий основные функции сотрудника, занимающего конкретное рабочее место.

При использовании должностной инструкции для оценки кандидата на вакантную должность специалист, осуществляющий оценку, должен определить, насколько данный кандидат способен выполнять эти функции. Сделать это довольно сложно, особенно для человека, незнакомого со спецификой работы на вакантной должности.

Поэтому в современной практике рекрутмента многие организации стали создавать в дополнение к должностным инструкциям (а в последнее время вместо них) другие документы, описывающие, какими качествами должен обладать сотрудник для успешной работы на конкретной должности. К таким документам относятся квалификационные карты и модели компетенций.

Квалификационная карта включает набор квалификационных характеристик (образование, владение специальными навыками – иностранный язык, компьютер, владение конкретными методиками и т.д.), которыми должен обладать сотрудник, занимающий данную должность.

Поскольку в ходе отбора определить наличие квалификационных характеристик значительно легче, чем выявить наличие способностей выполнять определенные функции, квалификационная карта является более удобным инструментом по сравнению с должностной инструкцией. Кроме того, в отличие от должностной инструкции, использование квалификационной карты также дает возможность структурированной оценки кандидатов (по каждой характеристике) и сравнения их между собой.

Однако применение квалификационной карты в качестве критериев отбора позволяет оценить в большей мере формальные характеристики кандидата, фокусируясь на его прошлом и оставляя в стороне его личностные характеристики, а также потенциал профессионального развития. Поэтому в современной практике рекрутмента квалификационная карта дополняется моделью компетенций.

Модель (профиль) компетенций. На сегодняшний момент подход к оценке персонала, базирующийся на понятии компетенции является наиболее распространенным. Для того чтобы раскрыть сущность этого понятия наиболее адекватно, приведем несколько определений этого термина, принадлежащих различным авторам.

Компетенции подразумевают как индивидуально-личностные характеристики (например, умение работать в команде, креативность, коммуникабельность), так и навыки (например, умение вести переговоры или умение составлять бизнес-планы).

Модель рабочего места представляет собой набор характеристик должности, дающий общую картину того, что необходимо кандидату для работы в этой должности, а также условий работы.

Модель рабочего места может иметь следующую структуру:

Кадровые данные – пол, возраст, социальный статус (происхождение).
Опыт – профессиональный или общественный.

Профессиональные знания и навыки – определяются путем собеседования, а также путем проведения деловых игр и практических занятий.

Личностные качества – совокупность деловых качеств и недостатков работника, определяется путем собеседования и тестирования.

Психология личности – тип личности, темперамент, мотивация; определяются путем собеседования и тестирования.

Уровень квалификации – специальность, уровень образования, повышение квалификации.

Организация труда – рабочее помещение, технические средства, служебный транспорт.

Оплата труда – зарплата, надбавки, премии и вознаграждения.

Социальные блага – оплата отдыха, питания, транспорта и т.д. *Социальные гарантии* – пособие по нетрудоспособности, страхование, пособие в случае увольнения и т.д.

Набор персонала

Существует *два вида источников набора персонала*: внутренние – за счет сотрудников самой организации и внешние – за счет ресурсов внешней среды.

Внешние источники являются наиболее распространенными, так как ресурсы компании ограничены, и даже если на вакантную должность находится замещение внутри компании, то освобождается место работника, который занял первую вакансию.

Внешние источники можно условно подразделить на *два класса*: недорогие и дорогостоящие. К *недорогим источникам* относятся, например, государственные агентства занятости, контакты с высшими учебными заведениями. К *дорогостоящим источникам* относятся, например, кадровые агентства, публикации в средствах массовой информации (печатные издания, радио, телевидение).

Существуют следующие виды внешних источников:

1. *Привлечение кандидатов на вакантную должность по рекомендациям знакомых и родственников, работающих в компании.* Этот метод является достаточно эффективным и распространен в небольших организациях. Однако этот способ имеет серьезный недостаток, связанный с риском взять неквалифицированного специалиста. Данный недостаток можно компенсировать проведением отбора на общих основаниях, в том числе и для кандидата, рекомендованного «своими», что позволит провести его адекватную оценку.

2. *«Самостоятельные» кандидаты* – люди, занимающиеся поиском работы самостоятельно без обращения в агентства и службы занятости – они сами звонят в организацию, присылают свои резюме и т.д. Самостоятельные кандидаты обращаются в конкретную организацию, в которой хотели бы работать, что, как правило, связано с ее ведущим положением на рынке.

Даже если на данный момент организация не нуждается в услугах такого кандидата, информацию о нем все же стоит сохранить, чтобы можно было привлечь его в случае необходимости. Многие организации устраивают дни открытых дверей, а также принимают участие в *ярмарках вакансий и выставках* с целью привлечения «самостоятельных» кандидатов.

3. *Реклама в СМИ.* Наиболее распространенным приемом рекрутмента является размещение в СМИ рекламного объявления об имеющейся в организации вакансии. В данном случае соискатель обращается непосредственно в кадровую службу организации-работодателя.

Самыми популярными СМИ для размещения объявлений о вакансиях являются периодические издания и Интернет. Такие СМИ, как телевидение и радио, используются редко.

4. *Контакты с учебными заведениями.* Многие крупные организации ориентированы на набор выпускников вузов, не имеющих опыта работы. С этой целью компания-работодатель проводит презентации в профильных вузах, а также принимает участие в ярмарках вакансий. Особенности набора выпускников связаны с тем, что при отсутствии профессиональных компетенций, оцениваются личностные компетенции, такие как умение планировать, анализировать, личная мотивация и т.д.

5. *Государственные службы занятости (биржи труда).* Правительства большинства стран способствуют повышению уровня занятости населения, создавая для этого специальные органы, занятые поиском работы для обратившихся безработных граждан. Ведутся базы данных, содержащие информацию о соискателях (их биографические данные, квалификационные характеристики, интересующую работу). Организации имеют доступ к таким базам и могут осуществить в них поиск при незначительных издержках. Однако данный метод не обеспечивает широкий охват кандидатов, так как далеко не все соискатели регистрируются в государственных службах занятости.

Подбор руководителей (executive search). Это направление рекрутмента ориентировано на поиск профессионалов высокого уровня, а также руководителей высшего звена. Метод, используемый этими агентствами,

называется *headhunting* или «охота за головами», а рекрутеры, специализирующиеся в области *executive search*, называются хэдхантерами.

Метод headhunting

Принцип действия данного метода основывается на следующей предпосылке – руководители высокого уровня не ищут работу по объявлениям или через агентства, большинство из них успешно в своем деле и даже не помышляет о смене работы. Задачей «охотника» является предложение такому кандидату более выгодных условий в другой организации.

Отбор персонала

Окончательное решение при отборе обычно формируется на нескольких этапах, которые следует пройти претендентам. На каждом этапе отсеивается часть претендентов или же они отказываются от процедуры, принимая другие предложения.

Как правило, до принятия организацией решения о приеме на работу кандидат должен пройти несколько ступеней отбора:

Ступень 1. Предварительная отборочная беседа. Беседа может проводиться различными способами. Для некоторых видов деятельности предпочтительно, чтобы кандидаты приходили на будущее место работы, тогда ее может проводить линейный менеджер, в других случаях это неважно и ее проводит специалист службы управления персоналом.

Основная цель беседы – оценка уровня образования претендента, его внешнего вида и определяющих личностных качеств. Для эффективной работы менеджерам и специалистам целесообразно использовать общую систему правил оценки кандидата на этом этапе.

Ступень 2. Заполнение бланка заявления. Претенденты, успешно преодолевшие предварительную беседу, должны заполнить специальный бланк заявления и анкету.

Количество пунктов анкеты должно быть минимальным, и они должны запрашивать информацию, более всего выясняющую производительность будущей работы претендента. Информация может касаться прошлой работы, склада ума, ситуаций, с которыми приходилось сталкиваться, но так, чтобы на их основе можно было бы провести стандартизованную оценку претендента. Вопросы анкеты должны быть нейтральны и предполагать любые возможные ответы, включая возможность отказа от ответа. Пункты должны вытекать один из другого.

Ступень 3. Беседа по найму (интервью). Исследования показали, что более 90% решений по отбору претендентов фирмами США принимаются на основе итогов беседы.

Интервью является наиболее распространенным методом оценки кандидатов на должность. В процессе интервью не только работодатель получает информацию о кандидате, но и сам кандидат имеет возможность больше узнать не только об условиях работы (задавая вопросы интервьюеру),

но и о корпоративной культуре этой организации. Сделать выводы о корпоративной культуре организации-работодателя, а также о своей совместимости с ней, кандидат может по уровню организации и условий проведения интервью, по профессионализму интервьюера и т.д.

Ступень 4. Тестирование, ролевые игры, профессиональное испытание. Источник информации, который может дать сведения о личностных особенностях, профессиональных способностях и умениях кандидата. Результаты дадут возможность описать как потенциальные установки, ориентации человека, так и те конкретные способы деятельности, которыми он уже фактически владеет. Тестирование может позволить сформировать мнение о способности кандидата к профессиональному и должностному росту, специфике мотивации, особенностях индивидуального стиля деятельности.

Ступень 5. Проверка рекомендаций и послужного списка. Информация рекомендательных писем или бесед с людьми, которых кандидат назвал в качестве рекомендателей, может позволить уточнить, что конкретно и с каким успехом кандидат делал на предыдущих местах работы, учебы, жительства. Однако нецелесообразно обращаться за рекомендациями в организацию, в которой работает кандидат. Это может способствовать распространению информации, в которой кандидат не заинтересован, и вряд ли даст достоверную информацию для менеджера по персоналу: слишком велик компонент эмоционального отношения к человеку, увольняющемуся из организации. Целесообразно обращаться за рекомендациями на места предыдущей работы, если срок увольнения превышает один год, а также к коллегам из других организаций, профессиональных обществ, с которыми кандидат взаимодействовал по деловым вопросам.

Ступень 6. Медицинский осмотр. Проводится, как правило, если работа предъявляет особые требования к здоровью кандидатов.

Ступень 7. Принятие решения. Сравнение кандидатов. Представление результатов на рассмотрение руководству, принимающему решение. Принятие и исполнение решения.

Официальное введение в должность

Под введением в должность понимается весь процесс приема работника в первый день на новом месте, его ознакомление с правилами и порядком работы, с сотрудниками и его непосредственными обязанностями, а также с традициями и культурой компании-работодателя. Это может рассматриваться как начало периода внутрифирменного обучения или как заключительный этап процесса отбора персонала.

Адаптация персонала

Трудовая адаптация персонала – взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенном включении работника в процесс производства в новых для него профессиональных, психофизиологических, социально-психологических, организационно-административных,

экономических, санитарно-гигиенических и бытовых условиях труда и отдыха.

В условиях функционирования рынка труда возрастает роль адаптации. При этом необходимо внимательно изучать опыт зарубежных фирм, которые уделяют повышенное внимание адаптации молодых работников. Данная категория персонала нуждается в особой заботе со стороны администрации организаций. Чаще всего профессиональная адаптация рассматривается как процесс приобщения человека к труду в рамках определенной профессии, включения его в производственную деятельность, усвоения им условий и достижения нормативов эффективности труда. Однако адаптацию нельзя рассматривать только как овладение специальностью. Она предусматривает также приспособление новичка к социальным нормам поведения, действующим в коллективе, установление таких отношений сотрудничества работника и коллектива, которые в наибольшей мере обеспечивают эффективный труд, удовлетворение материально-бытовых и духовных потребностей обеих сторон.

Принципиальные цели адаптации можно свести к следующему:

1. уменьшение стартовых издержек, так как пока новый работник плохо знает свое рабочее место, он работает менее эффективно и требует дополнительных затрат;

2. снижение степени озабоченности и неопределенности у новых работников;

3. сокращение текучести рабочей силы, так как если новички чувствуют себя неуютно на новой работе и ненужными, то они могут отреагировать на это увольнением;

4. экономия времени руководителя и сотрудников, так как проводимая по программе работа помогает экономить время каждого из них;

5. развитие позитивного отношения к работе, удовлетворенности работой.

Задачами подразделения или специалиста по управлению адаптацией в области организации технологии этого процесса являются:

- организация семинаров, курсов по различным вопросам адаптации;
- проведение индивидуальных бесед руководителя, наставника с новым сотрудником;

- прохождение интенсивных краткосрочных курсов для руководителей, вновь вступающих в должность;

- прохождение специальных курсов подготовки наставников;

- использование метода постепенного усложнения выполняемых новичком заданий;

- выполнение разовых общественных поручений для установления контактов нового работника с коллективом;

- подготовка замены при ротации кадров;

- проведение в коллективе специальных ролевых игр по сплочению сотрудников.

Вопросами адаптации занимаются отдельные работники из разных подразделений. Это инспектор отдела кадров, линейные руководители или коллеги по работе. Их главная цель – сделать процесс адаптации,

приспособления молодых работников к предприятию как можно более коротким и безболезненным. Процесс адаптации непосредственно начинается в отделе кадров при приеме и оформлении на работу.

3.4 Деловая оценка персонала

Сущность и этапы оценки персонала

Оценка персонала – это целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик персонала требованиям должности или рабочего места.

Оценка труда персонала направлена на достижение *трех целей: административной, информационной, мотивационной.*

Административная цель достигается путем принятия обоснованного административного решения (повышение или понижение по службе, перевод на другую работу, направление на обучение, увольнение) на основе результатов оценки деятельности персонала. «...без эффективной оценки результатов работы невозможно принять обоснованное решение».

Информационная цель заключается в том, что и работники, и руководители имеют возможность получить достоверную информацию о деятельности. Такая информация является крайне важной для работника в плане совершенствования своей деятельности, а руководителям дает возможность принять правильное решение.

Мотивационная цель состоит в том, что оценка сама по себе является важнейшим средством мотивации поведения людей, так как адекватно оцененные затраты труда будут обеспечивать дальнейший рост производительности труда работников, но только в том случае, если труд человека будет оценен соответственно его ожиданиям.

Исходя из целей оценки персонала, можно решить следующие важные *задачи:*

- оценить потенциал для продвижения и снижения риска выдвижения некомпетентных сотрудников;
- определить затраты на обучение;
- поддерживать у сотрудников чувство справедливости и повышать трудовую мотивацию;
- организовать обратную связь с сотрудниками о качестве их работы;
- разрабатывать программы обучения и развития персонала.

Оценка результатов труда конкретных должностных лиц различается своими задачами, значимостью, показателями, сложностью выявления результатов.

На содержание и конечные результаты труда работников влияют различные факторы, которые обязательно должны учитываться при проведении оценки результатов труда разных категорий работников, в конкретных условиях места и времени, так как повышают степень обоснованности, объективности и достоверности оценки. Классификация таких факторов приведена в таблице 6.

Субъект оценки – тот, кто оценивает.

Субъектами могут быть:

1) *линейные руководители.* Как правило, они являются главными действующими лицами при деловой оценке персонала. Отвечают за объективность и полноту информационной базы для проведения оценки, проводят оценочные беседы. В ряде случаев в качестве оценщиков могут выступать руководители более высоких уровней управления;

2) *работники службы управления персоналом;*

Таблица 6. Классификация факторов, учитываемых при проведении оценки персонала

Факторы	Содержание факторов
Естественно-биологические	Пол Возраст Состояние здоровья Умственные способности Физические способности Климат Географическая среда Сезонность и др.
Социально-экономические	Состояние экономики Государственные требования, ограничения и законы в области труда и заработной платы Квалификация работников Мотивация труда Уровень жизни Уровень социальной защищенности и др.
Технико-организационные	Характер решаемых задач Сложность труда Состояние организации производства и труда Условия труда (санитарно-гигиенические, эргономические, эстетические и др.) Объем и качество получаемой информации Уровень использования научно-технических достижений.
Социально-психологические	Отношение к труду Психофизиологическое состояние работника Моральный климат в коллективе и др.
Рыночные	Развитие многоукладной экономики Развитие предпринимательства Уровень и объем приватизации Конкуренция Самостоятельный выбор системы оплаты труда Либерализация цен Акционирование организаций Инфляция Банкротство Безработица и др.

3) *коллеги и работники, имеющие структурные взаимосвязи с оцениваемыми;*

4) лица, не имеющие непосредственного отношения к оцениваемому сотруднику. Среди них можно выделить независимых экспертов и центры оценки.

Оценку результатов труда персонала можно представить как систему – совокупность различных элементов (таблица 7).

Таблица 7. Система оценки результатов труда персонала

Элементы оценки результатов труда персонала	Содержание элементов
Субъект	Линейные руководители Работники службы управления персоналом Сотрудники Независимые эксперты
Объект	Работники Группы работников
Методы оценки	Управление по целям Метод шкалы графического рейтинга Внутренний выбор Описательный метод Метод оценки по решающей ситуации Метод анкет и сравнительных анкет Метод шкалы рейтинговых поведенческих установок Метод шкалы наблюдения за поведением
Процедура оценки	Место оценки Периодичность оценки Последовательность оценки

Все субъекты оценки подразделяются на формальные и неформальные.

К *формальным субъектам оценки* относят руководителей и работников служб управления персоналом. Именно они обладают правом принятия административного решения по результатам оценки.

Неформальные субъекты оценки – коллеги, независимые эксперты – только дают свое заключение, которое учитывается формальными субъектами оценки при обобщении информации для принятия управленческих решений. В последнее время на практике часто применяется комбинированная оценка, когда оценщиком выступает не один субъект, а сразу несколько.

Объект оценки – тот, кого оценивают. В качестве объекта оценки могут быть либо отдельные работники, либо группа работников, выделенная по определенному признаку (например, в зависимости от уровня в организационной структуре или по профессиональному признаку).

Оценить результаты труда рабочих, особенно рабочих-сдельщиков, достаточно просто, так как количественные и качественные результаты их труда выражаются в количестве произведенной продукции и их качестве.

Намного сложнее оценивать результаты труда руководителей и специалистов, поскольку они характеризуют их способность оказывать

непосредственное влияние на деятельность какого-либо производственного или управленческого звена.

Результат труда специалистов определяется исходя из объема, полноты, качества, своевременности выполнения закрепленных за ними должностных обязанностей.

Предметом оценки результатов труда персонала являются личные качества работников, процесс труда и результативность труда.

Для получения достоверной информации необходимо точно и объективно выделить показатели, по которым производится оценка. В этом случае важно установить четкие и продуманные критерии оценки персонала.

Необходимо отметить, что в каждой организации существует своя специфика и критерии оценки определяются, исходя из этих особенностей, но при этом можно выделить *четыре группы критериев*, которые используются в любой организации с некоторыми коррективами:

1) *профессиональные критерии* содержат характеристики профессиональных знаний, умений, навыков, профессионального опыта человека, его квалификации, результатов труда;

2) *деловые критерии* включают такие критерии, как ответственность, организованность, инициативность, деловитость;

3) *морально-психологические критерии*, к которым относятся способность к самооценке, честность, справедливость, психологическая устойчивость;

4) *специфические критерии*, которые образуются на основе присущих человеку качеств и характеризуют его состояние здоровья, авторитет, особенности личности.

Оценку результатов труда необходимо проводить для всех категорий работников, но, как было отмечено выше, легче оценить результаты для категории рабочих и намного сложнее – для руководителей и специалистов. Выделяя три категории управленческих работников, следует иметь в виду, что работники каждой из этих категорий вносят свой вклад в управленческий процесс: специалисты вырабатывают и подготавливают решение, служащие их оформляют, а руководители принимают решения, оценивают их качество, контролируют сроки выполнения.

Результаты труда *руководителей* определяются по итогам производственно-хозяйственной и иной деятельности организации или структурных подразделений.

Результаты труда *специалистов* определяются исходя из объема, полноты, качества, своевременности выполнения закрепленных за ними должностных обязанностей.

При оценке результативности труда используют две группы показателей:

1) *прямые (или количественные)* легко измеримы, поддаются достаточно объективной количественной оценке и всегда устанавливаются заранее; на их основе определяются степень достижения поставленных целей;

2) *косвенные*, характеризующие факторы, косвенным образом влияющие на достижение результатов; их невозможно количественно определить, так как

они «характеризуют работника по критериям, соответствующим «идеальным» представлениям о том, как следует выполнять должностные обязанности и функции, составляющие основу данной должности».

В таблице 8 приведен примерный перечень показателей оценки результатов труда по некоторым должностям руководителей и специалистов.

Таблица 8. Перечень показателей оценки результатов труда

Должности	Перечень показателей оценки результатов труда
Руководитель организации	Прибыль Рост прибыли Рентабельность производства Показатели оборачиваемости капитала Доля на рынке Конкурентоспособность продукции
Линейные руководители (начальники производств, цехов, мастера)	Выполнение плановых заданий по объему и номенклатуре Динамика объема производства Динамика производительности труда Снижение издержек производства Количество рекламаций и их динамика Показатели качества выпускаемой продукции Величина и потери от простоев Коэффициент текучести кадров
Руководитель службы управления персоналом	Производительность труда и ее динамика Снижение нормативной трудоемкости производимой продукции Удельный вес технически обоснованных норм Уровень заработной платы на единицу продукции и его динамика Коэффициент текучести кадров и его динамика Количество вакантных мест Количество претендентов на одно вакантное место Показатели по обучению и повышению квалификации персонала Затраты на персонал в издержках производства (удельный вес и динамика)
Менеджер по персоналу	Количество вакантных мест в организации Количество претендентов на одно вакантное место Коэффициент текучести по категориям персонала и подразделениям.

Шаги на пути создания эффективной системы оценки результативности труда работников:

- установить стандарты результативности труда для каждого рабочего места и критерии ее оценки;
- выработать политику проведения оценок результативности труда (когда, как часто и кому проводить оценку);
- обязать определенных лиц проводить оценку результативности труда;
- лицам, проводящим оценку, необходимо собирать данные по результативности труда;

- обсудить оценку с работниками;
- принять решение и документировать оценку.

Этапы оценки:

- 1) описание функций;
- 2) определение требований;
- 3) оценка по факторам конкретного исполнителя;
- 4) расчет общей оценки;
- 5) сопоставление со стандартом;
- 6) оценка уровня сотрудника;
- 7) доведение результатов оценки до подчиненного.

Главным действующим лицом в оценке персонала является *линейный руководитель*. Он отвечает за объективность и полноту информационной базы, необходимой для текущей периодической оценки, и проводит оценочную беседу с сотрудниками.

Задача службы персонала, осуществляющей оценку кандидатов при приеме на работу, состоит, в сущности, в том, чтобы отобрать такого работника, который в состоянии достичь ожидаемого организацией результата. Фактически оценка при приеме – это одна из форм предварительного контроля качества человеческих ресурсов организации

Несмотря на то, что существует большое количество разных подходов к оценке, все они страдают общим недостатком – субъективностью, решение во многом зависит от того, кто использует метод, или того, кого он привлекает в качестве эксперта.

Проблему объективности оценки можно было бы сформулировать следующим образом, в виде отдельных требований к оценочной технологии. Она должна быть построена так, чтобы персонал был оценен:

- *объективно* – вне зависимости от какого-либо частного мнения или отдельных суждений;
- *надежно* – относительно свободно от влияния ситуативных факторов (настроения, погоды, прошлых успехов и неудач, возможно, случайных);
- *достоверно в отношении деятельности* – оцениваться должен реальный уровень владения навыками – насколько успешно человек справляется со своим делом;
- *с возможностью прогноза* – оценка должна давать данные о том, к каким видам деятельности и на каком уровне человек способен потенциально;
- *комплексно* – оценивается не только каждый из членов организации, но и связи и отношения внутри организации, а также возможности организации в целом;
- *процесс оценивания и критерии оценки должны быть доступны* не узкому кругу специалистов, а понятны и оценщикам, и наблюдателям, и самим оцениваемым (то есть обладать свойством внутренней очевидности);

- *проведение оценочных мероприятий должно не дезорганизовывать работу коллектива, а встраиваться в общую систему кадровой работы в организации таким образом, чтобы реально способствовать ее развитию и совершенствованию.*

Методы оценки персонала

Выбор методов оценки для каждой организации является стратегически важной задачей, так как от степени соответствия выбранных методов целям оценки зависят достоверность результатов и правильность принятия управленческих решений.

Существуют различные классификации методов оценки. Среди них можно выделить следующие:

- оценка потенциала работника;
- деловая оценка.

К методам оценки потенциала работников можно отнести следующие:

1. *Центры оценки персонала.* Используют комплексную технологию, построенную на принципах критериальной оценки. Использование большого количества различных методов и обязательное оценивание одних и тех же критериев в разных ситуациях и разными способами существенно повышает прогностичность и точность оценки. Особенно эффективна при оценке кандидатов на новую должность (повышение) и при оценке управленческого персонала.

2. *Тесты на профпригодность.* Их цель – оценка психофизиологических качеств человека, умений выполнять определенную деятельность. 55% опрошенных используют тесты, некоторым образом похожие на работу, которую кандидату предстоит выполнять.

3. *Общие тесты способностей.* Оценка общего уровня развития и отдельных особенностей мышления, внимания, памяти и других высших психических функций. Особенно информативны при оценке уровня способности к обучению.

4. *Биографические тесты и изучение биографии.* Основные аспекты анализа: семейные отношения, характер образования, физическое развитие, главные потребности и интересы, особенности интеллекта, общительность.

Используются также данные личного дела – своеобразного досье, куда вносятся анкетные данные и сведения, полученные на основании ежегодных оценок. По данным личного дела прослеживается ход развития работника, на основе чего делаются выводы о его перспективах.

5. *Личностные тесты.* Психодиагностические тесты на оценку уровня развития отдельных личностных качеств или отнесенность человека к определенному типу. Оценивают скорее предрасположенность человека к определенному типу поведения и потенциальные возможности.

20% опрошенных ответили, что они пользуются различными видами личных и психологических тестов в своих организациях.

6. *Интервью*. Беседа, направленная на сбор информации об опыте, уровне знаний и оценку профессионально важных качеств претендента. Интервью при приеме на работу способно дать глубокую информацию о кандидате, при сопоставлении которой с другими методами оценки возможно получение точной и прогностичной информации.

7. *Рекомендации*. Важно обратить внимание на то, откуда представляются рекомендации, и на то, как они оформлены. Известные и солидные компании особенно требовательны к оформлению такого рода документов – для получения рекомендации необходима информация от непосредственного руководителя того человека, которому данная рекомендация представляется. Рекомендации оформляются всеми реквизитами организации и координатами для обратной связи. При получении рекомендации от частного лица следует обратить внимание на статус данного человека. Если рекомендацию профессионалу представляет человек, очень известный в кругах специалистов, то данная рекомендация будет более обоснованной.

8. *Нетрадиционные методы*.

11% используют полиграф (детектор лжи), психологический стрессовый показатель, тесты на честность или отношение к чему-либо, установленному компанией.

18% применяют для кандидатов алкогольный и наркотический тесты. Как правило, эти тесты основываются на анализах мочи и крови, что является частью типового медицинского осмотра при поступлении на работу. Ни одна из опрошенных организаций не использует для своих кандидатов тестов на СПИД.

22% пользуются некоторыми видами психоанализа в целях выявления мастерства кандидатов для возможной работы в их организациях.

Аттестация персонала

Аттестация персонала – кадровые мероприятия, призванные оценить соответствие уровня труда, качеств и потенциала личности требованиям выполняемой деятельности.

Главное назначение аттестации – не контроль исполнения (хотя это тоже очень важно), а *выявление резервов повышения уровня отдачи работника*. Целью проведения аттестации является рациональная расстановка кадров и их эффективное использование. Аттестация персонала служит юридической основой для переводов, продвижений по службе, награждений, определения размеров заработной платы, а также понижений в должности и увольнения. Аттестация направлена на улучшение качественного состава персонала, определение степени загрузки работников и использования его по специальности, совершенствование стиля и методов управления персоналом.

Различают четыре вида аттестации служащих:

1. *Очередная аттестация* является обязательной для всех и проводится не реже одного раза в два года для руководящего состава и не реже одного раза в три года для специалистов и других служащих.

2. *Аттестация по истечении испытательного срока* проводится в целях выработки обоснованных рекомендаций по использованию аттестуемого работника на основе результатов его трудовой адаптации на новом рабочем месте.

3. Целью *аттестации при продвижении по службе* является выявление потенциальных возможностей работника и уровня его профессиональной подготовки для занятия более высокой должности с учетом требований нового рабочего места и новых обязанностей.

4. *Аттестация при переводе в другое структурное подразделение* необходима в тех случаях, когда происходит существенное изменение должностных обязанностей и требований, предъявляемых новым рабочим местом.

Аттестация проводится во всех подразделениях организации. Перечень должностей, подлежащих аттестации, и сроки ее проведения устанавливаются руководителем организации.

Методы проведения аттестации

Существует множество различных методов аттестации, однако на практике они в основном представляют собой разные вариации следующих методов: □

- *Ранжирование*, в рамках которого требуется расставить подчиненных по порядку в зависимости от их заслуг (достижений), причем, как правило, по их реальной способности выполнять работу, хотя иногда ранжирование проводится по нескольким выбранным характеристикам. □

- *Классификация*, в рамках которой работников распределяют по нескольким заранее установленным категориям достижений (заслуг) на основании общей эффективности деятельности работников. Как правило, этих категорий пять. □

- *Шкала оценок* – наиболее часто использующийся метод аттестации. Его основу составляет список личностных характеристик или факторов, против каждой из которых размещается шкала, состоящая, как правило, из пяти пунктов, и менеджер (руководитель) отмечает на шкале, в какой степени тот или иной фактор или характеристика присущи работнику. □

- *Метод открытой аттестации* представляет собой инновацию сравнительно недавнего времени, которая была введена в связи с неудовлетворительностью схемы шкалы оценки. Вместо того чтобы заставлять менеджера оценивать ряд персональных характеристик, которые не всегда являются подходящими для аттестации, новый метод сосредоточивает внимание на характере выполнения работы, при этом от менеджера требуется всего несколько фраз об аттестуемом работнике вместо проставления галочек в столбцах [24].

3.5 Биржа труда как рынок рабочей силы. Служба занятости и ее функции

Международная организация труда, ее задачи функции

Международная организация труда (МОТ) была создана в 1919 г. в ходе Версальской мирной конференции в целях установления и сохранения социального мира, защиты прав человека, проведения трехсторонних переговоров и регулирования социально-трудовых отношений. Она стала первым специализированным агентством ООН в 1946 г.

За годы своего существования она накопила огромный опыт и проделала большую практическую работу по развитию переговорного процесса и урегулированию возникающих социально-трудовых проблем и конфликтов на основе трехсторонних переговоров и соглашений (*трипартизма*).

Главные *цели МОТ* – содействие социально-экономическому прогрессу, повышению благосостояния и улучшению условий труда людей, защита прав человека.

Основными *задачами МОТ* являются:

- разработка согласованной политики и программ, направленных на решение социально-трудовых проблем;
- разработка и принятие международных трудовых норм в виде конвенций и рекомендаций и контроль за их выполнением;
- помощь странам-участницам в решении проблем занятости, сокращения безработицы и регулирования миграций;
- защита прав человека (права на труд, на объединение, коллективные переговоры, защита от принудительного труда, дискриминации и т. п.);
- борьба с бедностью, за улучшение жизненного уровня трудящихся, развитие социального обеспечения; содействие профессиональной подготовке и переподготовке работающих и безработных;
- разработка и осуществление программ в области улучшений условий труда и производственной среды, техники безопасности и гигиены труда, охраны и восстановления окружающей среды;
- содействие организациям трудящихся и предпринимателей в их работе совместно с правительствами по регулированию социально-трудовых отношений;
- разработка и осуществление мер по защите наиболее уязвимых групп трудящихся (женщины, молодежь, пожилые люди, трудящиеся-мигранты).

В системе ООН МОТ обладает уникальной трехсторонней структурой, в которой объединения работодателей и трудящихся имеют равный голос с правительствами в работе руководящих органов МОТ.

Международное бюро труда (МБТ) в Женеве является секретариатом МОТ, ее оперативной штаб-квартирой, исследовательским и издательским центром.

На 105-ой сессии (2016 г.) Генеральный директор МОТ заявил, что сфера труда – это ключ к решению многих проблем человечества. Выступая с докладом: «Инициатива по ускорению бедности: МОТ и программа действий до 2030 года», Райдер предупредил что «то самое благосостояние, обеспечив которое, можно навсегда попрощаться с бедностью, также может препятствовать, а не способствовать достижению социальной справедливости».

СССР вступил в МОТ в 1934 г. и приостановил свое членство в ней в 1939 г. по 1954 г. После распада СССР членом МОТ стала Российская Федерация.

Международная конференция труда (МКТ) определяет общую политику Международной организации труда (МОТ) и проводится раз в год в Женеве, Швейцария. Ежегодный «всемирный парламент труда» объединяет более 5000 делегатов – представителей правительств, работодателей и работников – из 187 государств-членов МОТ.

Группа технической поддержки по вопросам достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии работает в Москве с 1959 г. Бюро координирует деятельность МОТ в десяти странах: в Казахстане, Азербайджане, Армении, Беларуси, Грузии, Кыргызстане, Российской Федерации, Таджикистане, Туркменистане и Узбекистане.

В Казахстане МОТ оказывает поддержку в рамках национальной Программы Достойного Труда (НПДТ), разработанной в сотрудничестве с правительством, организациями работодателей и работников. Она определяет приоритеты в рамках национальных программ развития и направлены на решение дефицита достойного труда через консультации по вопросам политики и наращивания потенциала страны. НПДТ охватывает следующие стратегические цели МОТ: Содействие нормам и основополагающим принципам и правам в сфере труда; Создание более благоприятных возможностей для женщин и мужчин для достойной занятости и доходов; Расширение сферы охвата и повышение эффективности социальной защиты для всех; Укрепление трипартизма²² и социального диалога.

МОТ внес значительный вклад в модернизацию системы социального обеспечения страны посредством анализа методологии определения прожиточного минимума. Программа занятости 2020 была разработана при содействии МОТ в части стратегии исследования в области перехода от неформальной к формальной занятости²³.

²² ТРИПАРТИЗМ - регулирование трудовых и связанных с ними экономических и политических отношений на основе равноправного взаимодействия, сотрудничества представителей наемных работников, работодателей и государства.

²³ К *неформальной занятости* в Казахстане относится официально незарегистрированная экономическая деятельность, занятые которой не платят налогов.

Международная организация труда (МОТ) рассматривает неформальную занятость как деятельность мелких хозяйственных единиц, производящих и распределяющих товары и услуги и состоящих главным образом из независимых, самостоятельно занятых производителей. В них используется труд членов семьи и наемных работников.

Формальный – легальный сектор.

Текущая поддержка МОТ в области занятости обеспечивается в рамках проекта по обеспечению занятости молодежи, направленной на выработку Плана Действий в этой сфере. Вклад МОТ в изменения и дополнения в Трудовой кодекс Республики Казахстан позволили включить в кодекс положения о комитетах по охране труда на уровне предприятий.

Следующая Программа Достойного Труда в Казахстане находится на стадии выработки. Ее возможные приоритеты: Укрепление социального диалога; Расширение возможностей трудоустройства для женщин и мужчин; Совершенствование системы безопасности труда.

Казахстан ратифицировал 24 конвенций МОТ, включая все фундаментальные.

Биржа труда

Биржа труда - это организация, специализирующаяся на посредничестве между рабочими и предпринимателями с целью купли-продажи рабочей силы. Под биржами подразумевались здания, где собираются деловые люди и причастные к торговле лица для ведения переговоров и заключения оптовых торговых сделок в соответствии с установленными правилами. Первые биржи были лишь товарные, значение которых состояло в том, что они заменили куплю-продажу наличным товаром из рук в руки на покупку по образцам через биржевых посредников.

Биржа в историческом контексте возникла в XIII-XV веках в Северной Италии, но широкое применение в деловом мире получила в XVI веке в Антверпене, Лионе и Тулузе, затем в Лондоне и Гамбурге. С XVII века биржи уже действовали во многих торговых городах европейских государств.

Не устраняя безработицы в целом, биржа труда позволяют упорядочить наем предприятиями рабочей силы и сократить гражданам время поиска места работы. При существовании системы страхования от безработицы биржи труда выполняют также функции контроля за установлением права на получение пособия безработными и за его утратой. Биржи труда могут иметь разные формы: бюро, конторы, общества и т. п. В зависимости от форм собственности выделяются следующие их основные виды: частные, функционирующие на коммерческой основе: филантропические (благотворительные), общественные и государственные. Биржи труда, кроме трудоустройства безработных, обычно оказывают услуги лицам, желающим переменить место работы, изучают спрос и предложение рабочей силы, собирают и распространяют информацию об уровне занятости в разрезе профессий и территорий. В компетенцию бирж труда входит также профессиональная ориентация молодежи, направление молодых людей на курсы для приобретения профессии. Важное место занимает организация переобучения и трудоустройства инвалидов. Направления бирж труда не обязательны для предпринимателей, могущих отказать в приеме на работу. С другой стороны, отказ безработного от направления на работу, как правило, влечет потерю права на пособие по безработице. Деятельность бирж

труда получила международно-правовую регламентацию в ряде конвенций МОТ.

Если раньше вакансии анонсировались преимущественно в СМИ, то в настоящее время успешно развились биржи труда в Интернете.

Служба занятости и ее функции

Основными направлениями деятельности центров занятости являются:

- регистрация безработных;
- регистрация вакантных мест;
- трудоустройство безработных и других лиц, желающих получить работу;
- изучение конъюнктуры рынка труда и предоставление информации о ней;
- тестирование лиц, желающих получить работу;
- профессиональная ориентация и профессиональная переподготовка безработных; выплата пособий.

В современных условиях большинство граждан трудоустраиваются не через центры занятости, а обращаясь непосредственно в кадровые службы агентства.

Центры подготовки и переподготовки рабочей силы обеспечивают повышение ее конкурентоспособности, повышают шансы безработных влиться в состав занятого населения.

Это же ведомство разрабатывает и реализует общую государственную политику в области труда, развитие трудовых отношений на основе социального партнерства, предотвращение и разрешение трудовых конфликтов, охраны труда, подготовки и переподготовки кадров. Основным элементом инфраструктуры рынка труда является *государственная служба занятости*, включающая органы трех уровней управления: общегосударственного, регионального и местного. Наряду с ней развиваются негосударственные структуры занятости (биржа труда молодежи, центр занятости женщин, биржа труда для инвалидов и т.д.).

Органы Государственной службы занятости на республиканском и региональном уровнях работают в тесном взаимодействии с координационными советами содействия занятости, которые формируются из числа представителей профессиональных союзов, ассоциаций работодателей (советов директоров государственных предприятий и организаций, ассоциаций, союзов кооперативов, арендаторов, предпринимателей), органов государственного управления и Государственной службы занятости.

В Казахстане в настоящее время реализуется Программа занятости-2020.

Контрольные вопросы:

1. В чем заключается сущность теории управления о роли человека в организации?
2. В чем заключается сущность управления персоналом?
3. Какие существуют модели управления персоналом?
4. В чем заключается кадровая политика, цель и факторы, влияющие на нее?
5. Чем отличается открытая кадровая политика?
6. Каковы характеристики закрытой кадровой политики?
7. Как разрабатывается стратегия управления персоналом?
8. Что включает маркетинг персонала?
9. Какие существуют инструменты к формулировке требований к вакантным должностям?
10. Какие имеются источники набора персонала (внешние)?
11. Какие ступени отбора персонала проходит претендент на вакантную должность?
12. Как проходит адаптация персонала в организации?
13. Каковы основные цели оценки персонала?
14. Какие имеются субъекты и объекты оценки персонала?
15. Что является предметом оценки персонала?
16. Какие известны критерии оценки персонала?
17. Какие существуют этапы оценки персонала?
18. Какие методы оценки персонала используются?
19. Какова история создания МОТ, ее основные цели и задачи?
20. Как осуществляется сотрудничество Республики Казахстан с МОТ.
21. Что входит в функции Биржи труда?
22. Чем занимается Служба занятости?

Глоссарий

Аттестация персонала – кадровые мероприятия, призванные оценить соответствие уровня труда, качеств и потенциала личности требованиям выполняемой деятельности.

Кадровая политика организации - это генеральное направление работы с персоналом, отражающее совокупность принципов, методов, набор правил и норм в области работы с персоналом, которые должны быть осознаны и определенным образом сформулированы.

Кадры (от фр. cadres) – социально-экономическая категория, обозначающая постоянный (штатный) состав работников, т.е. трудоспособных граждан, состоящих в трудовых отношениях с государственными, кооперативными, частными и т.д. предприятиями, фирмами, организациями, учреждениями.

Мотивационный менеджмент – это построение системы управления на основе приоритетов мотивации, на основе выбора эффективной мотивационной модели.

Оценка персонала – это целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик персонала требованиям должности или рабочего места.

Персонал (от лат. personalis – личный) – категория работников, объединенных по признаку принадлежности к организации (аппарату, отделу, службе, лаборатории, кафедре и т.д.) или к профессии (управленческий, административный, инженерный, технический и т.д.).

Стратегическое управление персоналом организации – это управление формированием конкурентоспособного трудового потенциала организации с учетом происходящих и предстоящих изменений в ее внешней и внутренней среде, позволяющее организации выживать, развиваться и достигать своих целей в долгосрочной перспективе.

Трудовая адаптация персонала – взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенном включении работника в процесс производства в новых для него профессиональных, психофизиологических, социально-психологических, организационно-административных, экономических, санитарно-гигиенических и бытовых условиях труда и отдыха.

Трудовые ресурсы – часть населения страны, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, необходимыми для работы в народном хозяйстве.

Управление по целям – система управления с заданием результатов при децентрализованной организации руководства (корпоративные центры прибыли).

Человеческие ресурсы (ЧР) – термин, характеризующий с качественной, содержательной стороны кадровый состав или весь персонал предприятия (фирмы, учреждения, организации), рабочую силу или трудовые ресурсы отрасли, территории региона, страны в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон Республики Казахстан от 18.11.2015 г. №412-V «О товарных биржах».
2. Закон Республики Казахстан от 4 декабря 2015 г. №434 - V «О государственных закупках».
3. Закон Республики Казахстан от 12 апреля 2004 г. №544 –II «О регулировании торговой деятельности».
4. Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 г. №508-II «О рекламе».
5. Закон Республики Казахстан от 30 марта 1995 г. №2155«О Национальном Банке Республики Казахстан».
6. Закон Республики Казахстан от 31 августа 1995 г. №2444 «О банках и банковской деятельности в Республике Казахстан».
7. Закон Республики Казахстан от 2 июля 2003 г. №461-II «О рынке ценных бумаг».
8. Закон Республики Казахстан от 2 июля 2018 г. №167-VI «О валютном регулировании и валютном контроле (вводится в действие с 01.07.2019 г.)».
9. Закон Республики Казахстан от 7 июля 2004 г. №576 «Об инвестиционных и венчурных фондах».
10. Закон Республики Казахстан от 18 декабря 2000 г. №126-II «О страховой деятельности».
11. Закон Республики Казахстан от 20 ноября 1998 г. №304 «Об аудиторской деятельности».
12. Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23 ноября 2015 г.
13. Искаков У.М., Бохаев Д.Г., Рузиева Э.А. Финансовые рынки и посредники. Учебник (переработанное издание), Алматы, Экономика, 2012, 244 с.
14. Никитина Т.В., Репета-Турсунова А.В. Финансовые рынки и институты. – 2-е изд., испр. и доп.; Учебник и практикум.- М.:Юрайт, 2017.-118 с.
15. Спицына Л.Ю. Инновационная инфраструктура рынка: Учебное пособие.- М.:Юрайт,2016.-117 с.
16. Ермолаева С.Г. Рынок труда: Учебное пособие. – Екатеринбург, 2015.-108 с.
17. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка: Учебное пособие.- М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2012.-359 с.
18. Салихова А.Р., Улданова Д.Р. Финансовые рынки и посредники: Учебное пособие.- Павлодар:Кереку,2011.-160 с.
19. Якимова З.В. Управление трудовыми ресурсами: Учебное пособие.-Изд-во ВГУЭС, 2015.-120 с.
20. Арутюнов В.В. Управление персоналом: Учебное пособие.-Ростов-на-Дону,2015.- 448 с.

- 21.Епишин И.А.,. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие.- М.:МИИТ,2013-157 с.
- 22.Беляцкий Н.П. Управление персоналом: Учебник.- Минск.:Современная школа,2014.-448 с.
23. Ермолаева С.Г.Рынок труда: Учебное пособие.-Екатеринбург.- Издательство Уральского университета, 2015.
- 24.Иванова Л.Н. – Швец, Корсакова А.А., Тарасова С.Лю Управление персоналом. - М.:Изд. центрЕАОИ, 2016.-200с.
- 25.Интернет-ресурсы.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1. Сущность и классификация рынков. Инфраструктура товарного рынка.....	4
1.1 Сущность, понятия, функции рыночной инфраструктуры.....	4
1.2 Классификация и основные функции рынка.....	9
1.3 Аукцион как элемент инфраструктуры товарного рынка.....	11
1.4 Выставки и ярмарки в системе товарного рынка.....	20
1.5 Товарные биржи как элементы рыночной инфраструктуры.....	28
1.6 Рекламные агентства и их функции.....	34
Контрольные вопросы.....	43
Глоссарий.....	44
2. Инфраструктура финансового рынка.....	45
2.1 Банки и их деятельность.....	45
2.2 Фондовые биржи.....	54
2.3 Валютные рынки.....	65
2.4 Институциональные инвесторы (инвестиционные фонды)	70
2.5 Брокерские, дилерские компании и их посредническая деятельность на рынке.....	74
2.6 Страховые компании и их деятельность.....	76
2.7 Аудиторские фирмы.....	87
Контрольные вопросы.....	92
Глоссарий.....	94
3. Инфраструктура рынка рабочей силы.....	97
3.1 Персонал организации: основные понятия и теории.....	97

3.2	Кадровая политика организации.....	102
3.3	Привлечение персонала.....	109
3.4	Деловая оценка персонала.....	118
3.5	Биржа труда как рынок рабочей силы. Служба занятости и ее функции.....	127
	Контрольные вопросы.....	131
	Глоссарий.....	132
	Список литературы.....	133

Учебное издание

Байтанаева Бахыт Амантаевна

**ЭКОНОМИКА
ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА**

Учебное пособие

Редактор *Э. Сулейменова*
Компьютерная верстка
и дизайн обложки *У. Молдашевой*

ИБ №12624

Подписано в печать 26.02.2019 г. Формат 60*84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.
Печать цифровая. Объем 11,37 п.л.. Тираж 100 экз. Заказ № 927
Издательский дом «Қазақ университеті»
Казахского национального университета им. аль-Фараби.
050040, г. Алматы, пр.аль-Фараби,71

Отпечатано в типографии издательского дома «Қазақ университеті»
«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды