

ҚР БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
ӘЛ-ФАРАБИ атындағы ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ БИЗНЕС ЖОҒАРЫ МЕКТЕБІ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РК
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЫ-ФАРАБИ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY
HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS AND BUSINESS

**«СЫРТҚЫ ОРТАНЫҢ ТУРБУЛЕНТТІЛІГІ ЖАҒДАЙЫНДА
ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫН ДАҒДАРЫСҚА ҚАРСЫ БАСҚАРУ» атты
халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ**

Алматы қаласы, 24-25 қараша 2016 ж.

**МАТЕРИАЛЫ
международной научно-практической конференции
«АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ КАЗАХСТАНА
В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ»**

г. Алматы, 24-25 ноября 2016 г.

**MATERIALS
of International scientific-practical conference
«ECONOMIC CRISIS MANAGEMENT OF KAZAKHSTAN
IN THE CONDITIONS OF TURBULENCE OF ENVIRONMENT»**

Almaty, 24-25 November 2016

Алматы
«Қазақ университеті»
2016

Под общей редакцией:
Б.Ш. Еремекбаева, К.С. Мухтарова

Ответственный редактор:
А.Т. Мылтыкбаева

«Сыртқы ортаның турбуленттілігі жағдайында Қазақстан экономикасын дағдарысқа қарсы басқару» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының материалдары. Алматы қаласы, 24-25 қараша 2016 ж. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 394 б.

ISBN 978-601-04-2521-7

Материалы международной научно-практической конференции «Антикризисное управление экономикой Казахстана в условиях турбулентности внешней среды». г. Алматы, 24-25 ноября 2016 г. – Алматы: Қазақ университеті, 2016. – 394 с.

ISBN 978-601-04-2521-7

СЕКЦИЯ 1

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК СТРАТЕГИЯ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ: ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПОДХОДЫ И ПРОГНОЗЫ

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ

**Аубакирова Ж.Я. – д.э.н., профессор,
Айтбембетова А.Б. – д.э.н., доцент,
Нурманова Б.З. – ст. преп.
КазНУ имени аль-Фараби**

К началу 20 в. у человеческого сообщества сформировалось ясное понимание того, что использование окружающей среды (природных ресурсов) человеком имеет свои границы и уже не может быть продолжено теми же темпами, что и раньше. Между тем в экономической практике и планировании недооценивалась роль окружающей среды и получаемых от нее услуг.

К числу важнейших функций окружающей среды, кроме функции жизнеобеспечения человека (чистый воздух и чистая вода) и эстетического восприятия, относятся:

- 1) функция ресурсов для человека, в качестве сырья входящих в процесс производства или потребления, и
- 2) функция ассимиляции, когда окружающая среда служит в качестве поглотителя отходов и вредных веществ.

Исходя из концепции ограниченности природных ресурсов и услуг, устойчивое развитие в мире в 1989 г. сформулировано следующим образом (Доклад Брундланда): «Под устойчивым развитием следует понимать такое экономическое развитие, которое отвечает запросам сегодняшнего поколения, ни лишая при этом будущих поколений возможности удовлетворять их собственные нужды и вести свой образ жизни»[1]. Это условие устойчивого развития в одинаковой мере касается всех стран и каждого человека в отдельности. Устойчивость экономики и окружающей среды зависит от устранения глобального неравенства между доходами и материальным благополучием.

Понятие устойчивого развития включает принципы, некоторые из которых следующие:

В центре внимания должны быть люди, которые имеют право на здоровую и плодотворную жизнь в гармонии с природой;

Охрана окружающей среды должна стать неотъемлемой компонентой процесса развития;

Развитие должно обеспечить удовлетворение потребностей нынешнего и будущего поколений;

Уменьшение разрыва в уровне жизни народов мира, искоренение бедности и нищеты.

Предполагается внедрить новый подход, основанный на устойчивом развитии, основанном на ином менталитете и совокупности ценностей. Согласно этому окружающая среда не является незначительным фактором производства, а представляет собой своего рода «оболочку», в которой находится, обеспечивается и поддерживается вся экономика. Иначе невозможно удовлетворить потребности в рамках прежней экономической системы. Устойчивое экономическое развитие следует рассматривать как характеристику экономической подсистемы социума, которая предполагает наличие внутреннего механизма, согласующего экономическую деятельность с пределами устойчивости окружающей среды.

Ограничивающим фактором будущего экономического развития служит наличие и функциональность природного капитала, в частности, услуг жизнеобеспечения, не знающих себе замен и в настоящее время не имеющих рыночной стоимости. Неправильно задуманные или плохо смоделированные системы деловой деятельности, рост населения и расточительный характер потребления является основными причинами потери природного капитала, и все эти три фактора должны быть переориентированы на создание устойчивой экономики. Оптимальной средой для будущего экономического прогресса являются основанные на свободном рынке демократические

системы производства, в которых все формы капитала оцениваются по их полной стоимости, включая человеческий, производственный, финансовый и природный капитал.

Бедность многих стран есть один из серьезнейших барьеров на пути этих стран к устойчивому развитию. Более того, подверженность данной страны климатическим катастрофам в большей мере зависит от уровня ее благосостояния, чем от степени разрушительности такой катастрофы. Бедные развивающиеся страны подвержены на данном уровне развития большему риску природных катастроф в силу того, что из-за недостатка финансовых и технических ресурсов им труднее адаптироваться к изменениям климата. Кроме того, экономики бедных стран находятся, как правило, в большей зависимости от доли природных ресурсов в их развитии, что, свою очередь, усугубляет их уязвимость перед лицом неблагоприятных природных катастроф, тогда как эта зависимость будет ослабевать по мере экономического роста этих стран. С другой стороны, богатые страны в состоянии легче пережить возможный дефицит продуктов питания или природных ресурсов, который может стать следствием глобальных климатических перемен (пример тайфун «Катрин»). Часто голод в некоторых странах был результатом политических, правовых или экономических провалов, а не действительного недостатка продуктов питания. Так, голод в Бангладеше в 1943 г. и в Китае в 1958-61 гг., вызванный причинами в первую очередь политического характера, определенным образом демонстрирует роль политических, правовых и экономических институтов, ответственных за нехватку необходимых жизненных ресурсов. Покупательная способность есть необходимое, но недостаточное условие разрешения подобных проблем, необходимо, среди прочего, иметь соответствующую национальную инфраструктуру, систему раннего предупреждения и стратегические запасы, их своевременную доставку и системы распределения.

Новый подход, основанный на устойчивом развитии, предполагает принципиально иную индустриальную систему, основанную на ином менталитете и совокупности ценностей. Согласно этому окружающая среда не является незначительным фактором производства, а представляет собой своего рода «оболочку», в которой находится, обеспечивается и поддерживается вся экономика. Иначе невозможно удовлетворить потребности в рамках прежней экономической системы. Устойчивое экономическое развитие следует рассматривать как характеристику экономической подсистемы социума, которая предполагает наличие внутреннего механизма, согласующего экономическую деятельность с пределами устойчивости окружающей среды.

Ограничивающим фактором будущего экономического развития служит наличие и функциональность природного капитала, в частности, услуг жизнеобеспечения, не знающих себе замен и в настоящее время не имеющих рыночной стоимости. Неправильно задуманные или плохо смоделированные системы деловой деятельности, рост населения и расточительный характер потребления является основными причинами потери природного капитала, и все эти три фактора должны быть переориентированы на создание устойчивой экономики. Оптимальной средой для будущего экономического прогресса являются основанные на свободном рынке демократические системы производства, в которых все формы капитала оцениваются по их полной стоимости, включая человеческий, производственный, финансовый и природный капитал.

Одним из ключей к самому выгодному использованию людей, денег и окружающей среды является резкое повышение продуктивности ресурсов. Резкое повышение производительности ресурсов, более эффективное их использование замедлит истощение ресурсов на одном конце стоимостной цепи, снизит уровень загрязнения окружающей среды на другом и создаст основу для повышения всемирной занятости на полноценной работе. В результате могут снизиться расходы деловых кругов и всего общества, поскольку им больше не придется расплачиваться за основные причины нанесения вреда экосистемам и появления сбоев в работе социальных механизмов. Поскольку почти весь вред, наносимый окружающей среде и обществу, представляет собой искусственно вызванный процесс слишком расточительного использования людских и природных ресурсов.

Сокращение масштабов разбазаривания материалов – или даже исключение самой мысли об их расточительном использовании – может быть достигнуто путем диверсификации промышленных систем на основе биологического подхода, позволяющего изменить характер производственных процессов и материалов. Это обеспечит постоянное повторное использование материалов в непрерывных замкнутых циклах и во многих случаях позволит устранить токсичность. Цель инвестирования в природный капитал состоит в том, чтобы в мировом масштабе остановить и повернуть вспять разрушение нашей планеты. Это достигается посредством реинвестирования в поддержание, восстановление и расширение запасов природного капитала, с тем чтобы дать биосфере возможность повысить продуктивность услуг экосистем и увеличить производство природных ресурсов. Именно эти вопросы обсуждались и служили ареной баталий и переговоров в Париже в рамках конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата от 2015 г., в

повестке дня которой рассматривались вопросы в области устойчивого развития на период до 2030 года. В Парижском соглашении во второй статье было принято решение «прилагать усилия в целях ограничения роста температуры до 1,5 °С, признавая, что это значительно сократит риски и воздействия изменения климата»[2].

Важно осуществить переход сознания от приобретения товаров как мерила богатства и изобилия к экономике, в которой соблюдаются принципы бережливости, рациональности, качества и полезности. Эффективный способ обеспечения благосостояния человечества состоит в повышении качества и расширении потока необходимых поставляемых услуг. Оптимальная долгосрочная среда для торговли обеспечивается действительно демократическими системами управления, основанными на удовлетворении нужд людей, а не предпринимательства.

Важно обеспечить в ближайшем будущем положения, при котором постоянный аннуитет имеющий стоимость социальных и природных процессов может служить потребностям растущего населения и является не просто разумным капиталовложением, а чрезвычайной необходимостью. Если удастся добиться этого, то можно будет предотвратить дефицит ресурсов и заложить прочную основу социального развития.

Список литературы:

1. <http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf>
2. http://unfccc.int/files/meetings/paris_nov_2015/application/pdf/paris_agreement_russian_.pdf.

ҚАЗАҚСТАНДА ИННОВАЦИЯЛЫҚ КӘСІПКЕРЛІКТІ ДАМУ МӘСЕЛЕСІ

**Бодаубаева Г.А. – э.ғ.к., доцент,
Жолдасова А. Ж. – магистрант**

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазақстан Республикасының Президенті Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев 2014 жылғы 17 қаңтардағы «Қазақстан жолы – 2050: Бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты Жолдауында: «Мемлекет жұмысының негізгі бөлігі Қазақстан бизнесін, әсіресе шағын және орта бизнесті дамытуға барынша қолайлы жағдай жасау болмақ. Шағын және орта бизнес 2050 жылға қарай Қазақстанның ішкі жалпы өнімінің қазіргі 20 пайызы орнына кемінде 50 пайызын өндіретін болады. Еңбек өнімділігін 5 есеге – қазіргі 126 мың долларға дейін арттыру керек» деген болатын [1].

Осыған орай қазіргі таңда елімізде шағын және орта бизнесті дамыту – ХХІ ғасырдағы Қазақстанды индустриялық және әлеуметтік жаңғыртудың басты құралы. Экономикамызда шағын және орта бизнестің үлесі артқан сайын Қазақстанның дамуы да орнықты бола түседі.

Осыған орай, шағын және орта кәсіпкерлікті дамытудың негізгі жолы болып кәсіпкерліктің әртүрлі қырларын кеңінен қарастыру ғана емес, инновациялық тәсілдерді, дәстүрлі емес және озық технологияларды қолдану, ең жаңа өнімдер мен қызметтерді пайдалану да табылады [2].

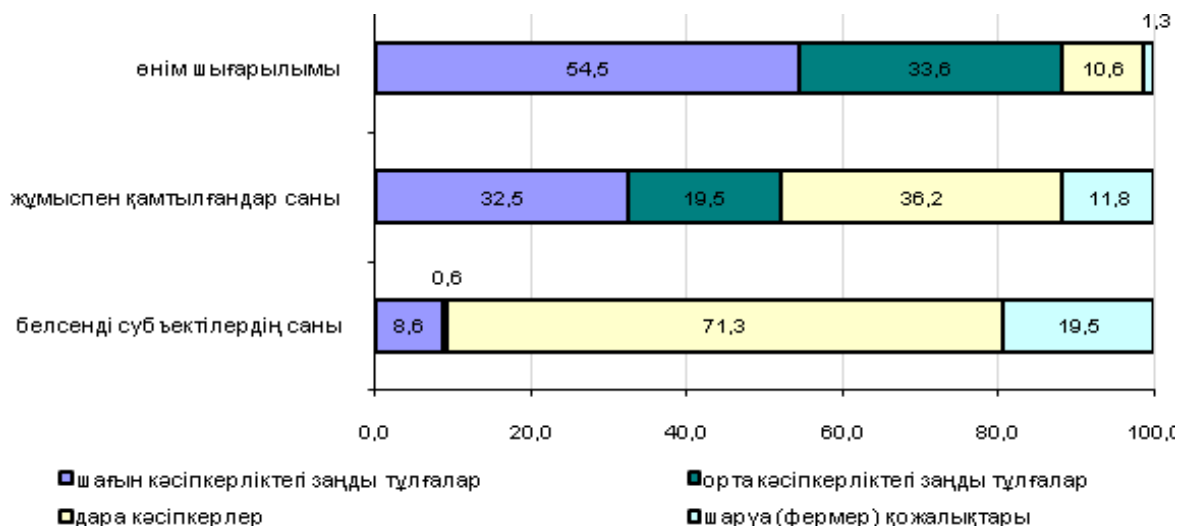
Яғни, экономикалық қызметтің ерекше түрі ретінде инновациялық кәсіпкерлікті дамыту өзекті мәселе болып табылады. Инновациялық кәсіпкерлік инновациялық процестің негізгі қозғаушы күші болып табылады.

Ресей ғалымы В.Э.Эмрахов: «Инновациялық кәсіпкерлік – техникалық-технологиялық жаңалықтарды жасау және саудалық пайдалануының процесі» деп инновациялық кәсіпкерліктің маңызын ашып көрсеткен [3].

2014 жылдың қорытындысымен шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің өнім шығарылымы 9019,7 млрд. теңгені құрады. ШОК субъектілерінің жалпы санында дара кәсіпкерлер үлесі 73,1 пайызды, шаруа (фермер) қожалықтары – 18,9 пайызды, шағын кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 7,0 пайызды, орта кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 1,0 пайызды құрады.

Ал, 2016 жылғы қаңтар-наурыздағы статистика мәліметтері бойынша төмендегі суреттен (салғастырмалы бағаларда) өткен жылғы қаңтар-наурызбен салыстырғанда өнім шығарылымы 2,7%-ға өсті, жұмыспен қамтылғандар саны 0,1%-ға және белсенді субъектілер саны 4,1%-ға төмендегендігін көруге болады. (сурет 1)

2016 жылғы қаңтар-наурызда шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерімен өнім шығарылымы 2360,7 млрд. теңгені құрады. ШОК субъектілерінің жалпы санында дара кәсіпкерлер үлесі 71,3%, шаруа (фермер) қожалықтары – 19,5%, шағын кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 8,6%, орта кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 0,6%-ды құрады [4].



Сурет 1. Шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері қызметтерінің көрсеткіштер құрылымы

Сонымен қатар, Елбасымыз Н.Ә.Назарбаев: «Жаһандық рейтингке сәйкес, Қазақстан бизнесті жүргізуге ең қолайлы жағдайы бар елдер тобына кіреді және біз бұл үрдісті өрістете түсуге тиіспіз. Шағын және орта бизнес – біздегі Жалпыға ортақ еңбек қоғамының берік экономикалық негізі. Оны дамыту үшін жеке меншік институтын заңнамалық тұрғыда нығайтатын кешенді шешімдер қажет. Бизнесті дамытуға кедергі келтіретін барлық енжар құқықтық нормалардың күшін жою керек. Шағын бизнес ұрпақтан-ұрпаққа берілетін отбасы дәстүріне айналуға тиіс» деп те Жолдауда шағын және орта бизнесті дамыту мәселесіне ерекше тоқталған болатын [1].

Қазіргі уақытта Қазақстандық инновациялық жүйе жетілдіріліп, индустриялық-инновациялық қолдаудың жаңа құралдарымен толықтырылуда. Мысалы, 2012 жылы «Индустриялық-инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» Қазақстан Республикасының Заңы қабылданды, онда инновациялық гранттардың 5 жаңа түрін қамтитын индустриялық-инновациялық дамуды қолдаудың 14 құралы көзделген. Сондай-ақ елді технологиялық жоспарлау жүйесінің негізі қаланды, индустриялық-инновациялық саясатты іске асырудың тиімділігін талдау тетіктері ұсынылды, инновацияларды қолдау мен ынталандырудың жаңа тетіктері көзделді және инновацияларды қолдаудың қолданыстағы тетіктері жетілдірілді.

Венчурлік қорлар, салалық конструкторлық бюролар құру жөніндегі жұмыс жалғасуда, коммерцияландыру кеңселері ашылуда, өңірлік технопарктерде бизнес-инкубациялау бағдарламасы жұмыс істейді.

Сонымен қатар, Дүниежүзілік Банк рейтингісіне сәйкес инновациялылық көрсеткіші бойынша Қазақстан қазіргі уақытта Марокко (91), Филиппины (90), Кения (89), Мавритания (95) және Ангола (96) сияқты елдермен қатар 92 орында.

Дүниежүзілік экономикалық форумның Бәсекеге қабілеттілік туралы 2015 жылғы жаһандық есебіне сәйкес Қазақстанның инновациялық даму факторы бойынша (78; +11) позицияларының айтарлықтай жақсаруы байқалады. Инновациялар (72; +13) және Бизнестің бәсекеге қабілеттігі (79; +12) факторлары бойынша ілгерілеуге қол жеткізілді [5].

Алайда, шағын және орта кәсіпкерліктің дамуы сапа жағына қарағанда сан жағынан өсуде. Сапа жағынан жетілдіру үшін инновациялық қызмет пен мемлекеттік реттеу жеткіліксіз мөлшерде. Сондықтан да, әлі де болса инновациялық кәсіпкерліктің тиімді жолға қойылуы үшін мына принциптерді жүзеге асыру қажет [6]:

- инновациялық жеке кәсіпкерлікті қолдау орталықтарын, бизнес-инкубаторларын, технологиялық парктер, индустриалдық өңірлер және басқа да жеке кәсіпкерлікті дамыту объектілерін құру және дамыту;
- инновациялық жеке кәсіпкерлік субъектілерінің қызметін оқу-әдістемелік, ғылыми-әдістемелік және ақпараттық қамтамасыз ету;
- инновациялық шаруашылық етуші субъектілердің реттеуші және қадағалаушы қызметтермен және жергілікті билік органдарымен өзара әрекеттесу әдістерін жетілдіру;
- тиімді бәсекеге қабілетті орта үшін жағдайлар жасау;

- инновациялық кәсіпкерлік ахуалды жақсартуға жәрдемдесу, өңір экономикасына салымдардың тартымдылығын мақсатты жоғарылату.

Әдебиеттер тізімі:

1. «Қазақстан жолы – 2050: Бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» атты Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2014 жылғы 17 қаңтар
2. Хойч А., Сагидоллаева С.Е. Шағын және орта кәсіпкерлік аясында инновациялық қызметті жетілдіру жолдары <http://group-global.org>
3. Инновациялық кәсіпкерліктің негіздері. <http://bigox.kz>
4. 2016 жылдың қаңтар айындағы Қазақстан Республикасындағы шағын және орта кәсіпкерліктің мониторингі // ҚР-ның Статистика агенттігі сайты www.stat.gov.kz
5. <http://inform.kz/>
6. Айтөреева Ә. Қазақстандағы инновациялық кәсіпкерлікті қолдау. // «Сейфуллин оқулары – 9: жоғарғы білім және ғылым дамуындағы жаңа бағыт» атты Республикалық ғылыми-теориялық конференция материалдары . Алматы 2013ж. – Т.ІІ, ч.2. – Б.184-185

FINANCIAL AND MARKETING TOOLS IN THE CRISIS MANAGEMENT SYSTEM

Bekturganova M.S., Ilyashova G.K.– PhD students
Al-Farabi Kazakh National University

Inamarketeconomyisinevitablecyclicalcrisesatdifferentlevelsandscales. To the subject of economic activity could continue to function normally, measures are needed crisis management. To implement these measures, there are effective financial and marketing tools.

Crisis marketing strategy shall be developed by managers. The most important problem of marketing is for this purpose solved - to reveal both the external, and internal reasons of a crisis situation and to propose measures for its overcoming. Anti-crisis marketing assumes availability in the company of accurately built system of collection of information and monitoring that there was time to minimize a negative and to turn it to itself on advantage. Marketing approach to the solution of the main problems of the company during crisis will help it not only to soften blow, but also to continue a vigorous business activity.

One of the major concepts connected with crisis management is financial improvement. First of all, it is necessary to understand result of certain actions, return of indicators of a financial condition of an economic system to an admissible interval and achievement of the certain parameters giving a positive signal on the market and allowing to develop steadily as financial improvement. Financial improvement can be considered as a resultant part of anti-recessionary activities, improvement of all spheres of activity, its exit from system crisis as "financial health" – an indicator of "health" of system in general.

After analyzing the various approaches [1, 2], we came to the conclusion that the financial management tools are the means and mechanisms for financial management, allowing to achieve the goal it faces. The main purpose of the use of financial instruments in crisis management is to create conditions that exclude financial difficulties in a crisis situation.

The following financial instruments of crisis management system can be identified:

- 1) Cost optimization;
- 2) Implementation of innovative projects;
- 3) To attract investments;
- 4) Efficient management of payables and receivables;
- 5) Reducing financial risks.

The following financial instruments of crisis management system can be identified:

Optimizing cash flow management is the process of choosing the best form of organization. Optimizing cash flow management includes:

- The balance of cash flow volumes;
- Synchronization of the formation of cash flows;
- Increase in net cash flow of the organization.

On the results of the economic activities of the organization have a negative impact as a scarce and excess cash flow.

Methods of optimization of scarce cash flow:

- An increase in the size of discounts for cash;
- Partial or full prepayment for manufactured products;
- Shortening of the loan customers;
- Accelerate collection of accounts receivable;

- The use of modern forms of receivables refinancing.

Methods of optimization of excess cash flow:

- Accelerated period of development and implementation of investment projects;
- Implementation of the diversification of operations;
- Formation of the financial investment portfolio;
- Early repayment of long-term loans.

Under the innovative project refers to a set of interrelated activities aimed at the creation and distribution of a new product or technology. Innovative projects are characterized by:

- A high degree of uncertainty resulting scientific and technical results;
- The duration of the period of development and bringing the product to the end user;
- High-risk commercial success;
- A significant amount of the required investments;
- In the case of success - high yield;
- The cyclical development of innovative processes.

The selection of projects can take place in three stages.

The first step is the formulation of the challenges facing this innovative structure, is determined priority directions of scientific and technological development in view of the economic challenges facing the region.

At the second stage the initial set of projects.

At the third stage, the assessment of projects, ie. E. Selection of the most promising. This problem is largely determined by the conduct of the first two stages, as well as qualified experts.

To control the situation of anti-crisis managers must also have an anti-crisis marketing strategy. The aim of this strategy is to identify external and internal causes of the crisis and measures to overcome it. The most important marketing tool is an organized system of collecting information and monitoring to minimize the effects of operational and to benefit from the anti-crisis situations. Also, to reduce the adverse effects on the reputation of the crisis requires the use of special tools PR-marketing. Among the most popular are the following:

- 1) "Guerrilla marketing" - marketing activities provocative;
- 2) "Jazz-marketing" - marketing activities focus on improvisation, the eccentricity of form and content;
- 3) "Viral marketing" - distribution of advertising themselves its beneficiaries;
- 4) Storytelling (from English «storytelling» - Storytelling) - report of the advertising information through stories, parables, [3, p. 51].

These include the so-called "guerrilla marketing", which is a set of marketing activities that go beyond conventional ways of promoting products and services - all kinds of provocative actions, and sometimes controversial nature, which allow maximum effectively introduce products to potential customers. [4] The aim of these measures is to provide the consumers other than the usual motives for the purchase, which is one of the main advantages of guerrilla marketing. In contrast to the direct advertising does not impose a buyer open and therefore does not cause resistance, therefore, can influence more effectively. "Guerrillas" do not use rational arguments, they make the consumer experience strong emotions and influenced by them spontaneously to make a purchase.

During the crisis, when the company does not have a lot of financial resources to enhance or even maintain the advertising, but it employs imaginative professionals - marketing, generating great advertising ideas, guerilla marketing as a crisis management tool is located at the peak of its relevance. Today - in a highly competitive and volatile economic situation - "partisan" methods used by many large companies: IBM, Microsoft, Volvo, Adobe, American Express, Procter & Gamble and others. [5].

The second instrument, to actively implement the management of the organization and serves excellent leverage to deal with crises in companies, has a musical name. This - "Marketing Jazz" [6].

The ideology based on comparison of interaction of the company and its consumers with mutually communication of the musician and his public is the cornerstone of this approach. Music is an impact source on the audience and causes feedback in the form of certain feelings and emotions. In the world of business, as well as in the world of music, it is very important not to be afraid to create, surprise people with various methods, to communicate with public - clients, to be with it a whole. According to supporters of jazz marketing, in it there is also a true art of business, i.e. the special, specific leadership style the organization plus a certain style of fight of the leader of collective against the crisis phenomena is supposed. During the crisis period activities of the company shall be most oriented to eccentricity, eccentricity in marketing and in the whole business.

Viral marketing - impact on target audience, promotion of goods and services for the account and forces of the most target audience which is voluntarily participating in distribution of information on the marketing offer. Advertizing communication, so influences per capita that it "catches" the idea and is conscious, or not consciously distributes information on a product, service and itself becomes its active advertizing medium.

Inherently, it "the scattered idea", the managed hearing. The certain material by the nature drawing attention, causing a discussion, and helping business with sales.

The storytelling is a method of information transfer and knowledge, and also motivation to desirable actions by means of cautionary stories. Also, the storytelling can be determined as art of the fascinating story.

Organizational storytelling – the instrument of management which is used for understanding, interpretation and distribution of values, regulations, rules and the principles of an organization culture through use of corporate stories, myths, legends. It can be stories about last actions of a management, interaction of employees or about some events which are most often transferred to the organizations unofficial.

The storytelling allows to influence purposefully the employees as who are already working, and recently accepted in the company by means of corporate stories, myths, legends.

A certain hidden mechanism of interaction between the company and the consumer is also marketing as consider developers of new approaches. As marketing specialists speak: future can't be predicted, it can be thought up. It once again emphasizes need of timely development of anti-recessionary marketing policy.

Certainly, those organizations in which traditional methods and instruments of anti-recessionary marketing were earlier actively used and also collected intangible marketing assets - a large number of loyal consumers, good reputation, the known trademark, professionalism of marketing specialists - have great opportunities for overcoming the crisis phenomena. Mastering in addition new scopes of anti-recessionary technologies and it is rational, but with belief about need of changes the management of the company reduces uncertainty and risks of business.

Efficient use of financial and marketing tools will not only maintain the normal operation of the enterprise, but also the opportunity to use the crisis to the benefit of themselves. This is the competent crisis management.

References

1. Tagayeva K. I., Shibanova-Royenko E. A. Marketing in crisis management. Special tools//Progress of modern natural sciences. 2012. - N 4. - Page 124-125
2. Umarova D. M. Organizational and economic mechanism of crisis management. Dis... edging. econ. sciences: 08.00.05. Almaty, 2010. – 149 pages.
3. Crandall W. R., Parnell J.A., Spillan J.E. Crisis Management: Leading in the New Strategy Landscape. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2013. – 384 p.
4. From English - guerrilla marketing. Source: Abc-book of marketing. <http://www.abcmarketing.ru/>
5. Workshop of guerrilla marketing. Saboteurs against Napoleon are Russians a market guru about guerrilla marketing. <http://www.m-pm.ru/> (date of the address February, 2010).
6. Kuznetsov K. S. JAZZ marketing: company management improvisation art bases. 2006. Page 18.

ANALYSIS OF ENERGY CONSUMPTION IN KAZAKHSTAN

Kabylkairatkyzy R., Nurgazy Shynggys – master's students

Al-Farabi Kazakh National University

Since the 1970, many countries have implemented policies and programs to improve energy efficiency. Today, the industrial sector accounts for almost 40% of annual world consumption of primary energy and about the same share of the world's carbon dioxide emissions. Accepted international standard ISO 50001 which regulates including energy efficiency.[1]

Since 2012, a number of legislative acts, defining the basic requirements in the field of energy efficiency had been adopted in the country. Important documents include the Law on energy saving and energy efficiency and the Program "Energy Efficiency 2020", setting at least 40% energy intensity reduction target until 2020. The main Government's task in order to reduce the energy intensity is the successful implementation and enforcement of the existing legislative framework, thus improving the energy efficiency in most energy intensive sectors. Given the availability of inexpensive energy resources, low electricity and heat tariffs in Kazakhstan as well as deteriorated infrastructure, energy saving measures require substantial investments and have a relatively long payback period. As a result, there is an increased need in incentive mechanisms, which would allow to improve the investment attractiveness of energy efficiency projects.

Kazakhstan's power sector (generation, transmission and distribution) consumes around 47% of the total primary energy resources and is characterized by relatively low efficiency of generating plants, high losses in the electricity and heat distribution networks and use of outdated equipment and technology. High level of energy consumption in the industrial sector is related mainly to the energy intensive industries such as oil and gas, iron and steel industry and mining. The old and depreciated equipment together with reduced

production load considerably affects the efficiency of industrial enterprises. A number of normative restrictions on energy consumption in the industry has not given positive results. Analysis of approved energy consuming norms in industry shows they are not always appropriate to the working conditions of the enterprises, especially in the mining and metallurgical sectors.[2]

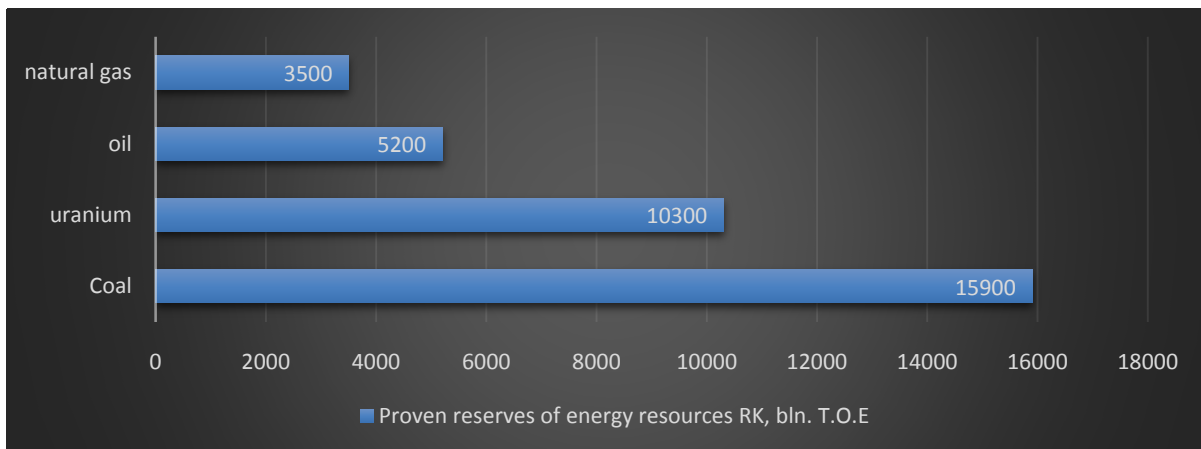


Figure 1. Proven reserves of energy resources RK, billion. T.O.E [3]

According to Chairman of the Committee for Construction, Housing and Communal Services and Land Administration of the MNE RK Markhabat Jaibetov, about 70% of residential buildings do not meet modern requirements of thermal performance. The level of heat energy consumption of the building and property of social and industrial facilities in one hour per square meter of 270 kilowatts, the European average of 100-120 kilowatts.[4]

Energy saving and energy efficiency - above all the realization of organizational, technical, technological, economic and other measures aimed at reducing the amount of energy used in the country.

With the growth of the economy of energy resources consumption usually grows at the same rate as the gross domestic product of the economy, since economic growth is accompanied by an increase in production, resource consumption. In each sector of the economy growth of consumption of energy resources occurs. In following figures there given energy consumption for 2012-2014.

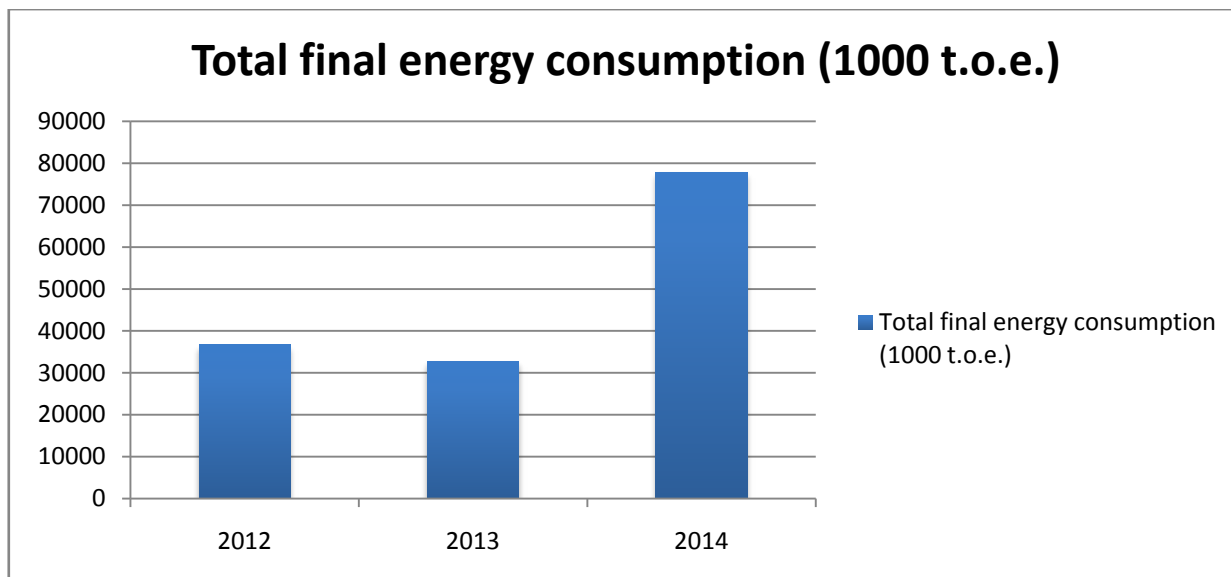


Figure 2. Total energy consumption of Kazakhstan Republic for 2012-2014 years [5]

According to figure 2, energy consumption was fluctuating in given period. It decreased to approximately to 4000 t.o.e. from 2012 to 2013. Then total final energy consumption in Kazakhstan reached a peak in 2014 with 77762,4 t.o.e.

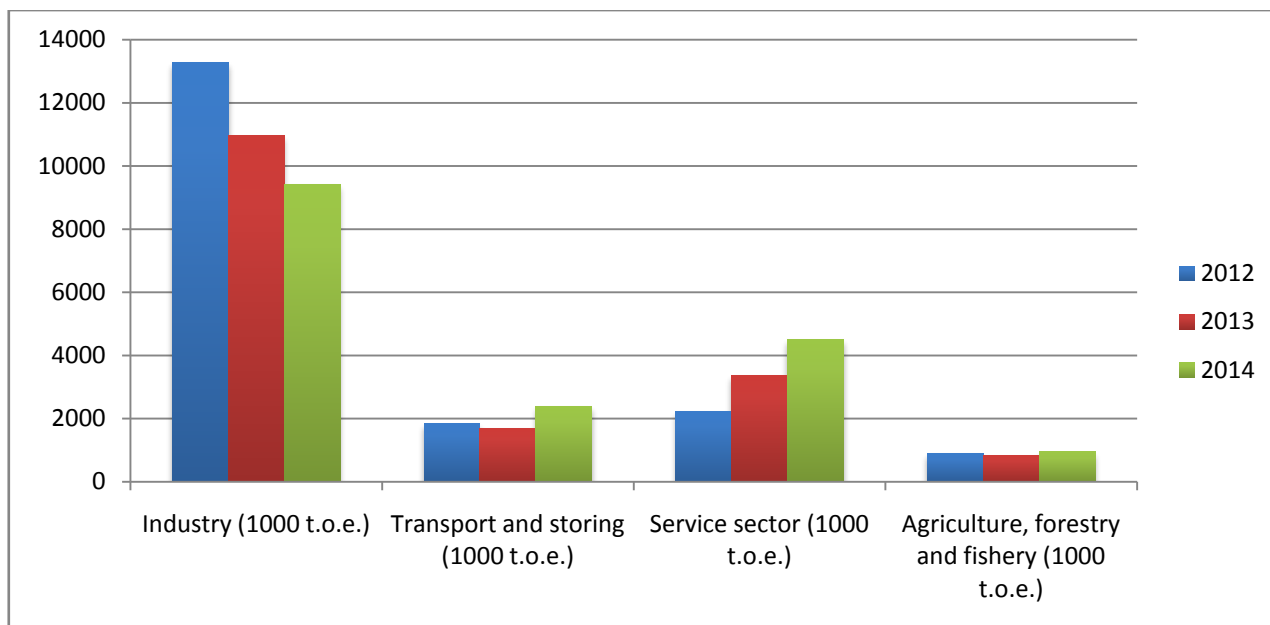


Figure 3.

The Figure 3 compares the energy consumption of different items like industry, transport and storing, service sector, agriculture, forestry and fishery from 2012 to 2014.

To begin with, there are some common items which consume little energy. These include Agriculture, forestry and fishery (approx.. 908,5; 844; 947 from 2012 to 2014 respectively) with transport and storing (1843,7;1683; 2393; from 2012 to 2014 respectively).

It is interesting to note that service sector was growing by this period of time from 2232,2 to 4495, while industry sector was falling down from 13268,2 to 9414.

There are three types of factors that impact on the final energy consumption, of which only the first two can be considered for energy measurement:

- Dissemination of energy-saving technologies and equipment, behavior and practices;
- Replacement of energy for energy with high efficiency end-use (eg, heating, natural gas or electricity);
- Economic and social changes, which are often not taken into account in the structure of GDP;
- Structural changes within sectors: replacement of vehicles by public means of transport in passenger traffic, or shift between road and rail transport;
- The range of products and processes in the industry (for example, a large share of electrical steel);
- Living standards: increasing the number of appliances or car ownership, changes in the size of cars and household appliances, changes in the proportion of single-family houses in the housing stock; increased heating comfort, the proliferation of new services and devices (air conditioning, PC, etc.). [6]

The implementation of energy efficiency policy is one of the main instruments of the industry modernization, housing, communal services and transport sector. The successful policy of energy saving and energy efficiency provides energy and environmental security of the country. In addition, the provision of energy efficiency stimulates the introduction of new innovative technologies and solutions, which in turn stimulates the active engagement of science and technology transfer. For 2010 - 2014 years, set Kazakhstan targets for sustainable and balanced growth of the economy. In the field of energy saving there is task to reduce the energy intensity of gross domestic product by at least 10% by 2015 and 25% by 2020. [7]

Kazakhstan is aiming to become one of the most industrialized and innovated countries of the world. Here one of the main criteria to achieve this goal is use energy as much as effective by energy saving we will be able to cut budget expenses on energy consumption and to direct them into other essential programs. Also, by energy saving and using it effectively we can keep our environment and significantly decrease warming level. It is very important step for Kazakhstan to catch up developed countries and become a good example for other developing countries.

References:

1. Направления политики промышленной энергоэффективности. Energybulletin. № 4, март-апрель, 2009
2. Обзор государственной политики Республики Казахстан в области энергосбережения и повышения энергоэффективности; Брюссель, 2014
3. Комитет геологии и недропользования МИР РК, АО «КИНГ»

4. Zakon.kz. article: Для повышения энергоэффективности в РК необходимо снизить энергопотребление на15%. <http://www.zakon.kz/4757714-dlja-povyshenija-jenergojeffektivnosti.html>. 20 november 2015
5. Қазақстан Республикасы Ұлттық Экономика Министрлігі Статистика комитетінің сайты <http://www.stat.gov.kz/>; Құжаттар: Конечноеэнергопотребление.
6. Article: ОТРАЖЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ В РЕШЕНИЯХ БОЛЬШОЙ ВОСЬМЕРКИ И ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ. Российскоепредпринимательство№ 8 (206), Апрель 2012. Кадырова Д.А.
7. Программа «Энергосбережение – 2020» №исх: 904 04.09.2013

ҚР-ДЫҢ ЖОҒАРЫ ОҚУ ОРЫНДАРЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫНЫҢ КЕЙБІР ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Абділхакова Ж.А. – магистрант
Бейсенбаева М.Ж. – PhD докторант
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазақстан Республикасының әлемнің дамыған 50 елдерінің қатарына енуі, дәстүрлі экономикалық және мәдениеттік байланыстардың бұзылуына әкеледі. Қазіргі таңда дамудың инновациялық бағыты мемлекетіміздің басымды стратегиясына айналып отыр. Экономиканың инновациялығы деп, әлеуметтік-экономикалық жүйелердің бәсекелестік артықшылықтарын қамтамасыз ететін фактор ретіндегі техникалық жетілдіру мен инновациялық қызметтің, ұдайы өндірістің кеңейтілген интенсивті түріне көшуін айтамыз. Экономикалық ортаның инновациялық деңгейі көптеген факторларға тәуелді, жинақталған интеллектуалды әлеует, сәйкесінше номативтік-заңнамалық жинақ пен институтционалды негіз, және де тәуекелді сипаттағы инвестициялық қорлар жиынтығы негізгілер қатарына жатады. Жақын арада, инновациялық белсенділіктің жүйелік интеграциясының орталықтарына, ЖОО-ы мен академиялық білімді сақтап қалған жүйелер айналуы мүмкін. Білім беру секторы, барлық мемлекеттердің экономикалық өсуін орнықты түрде қамтамасыз ететін маңызды «ыстық нүктесі» болып табылады. Сол себепті еліміздің Президенті Н.Ә. Назарбаев индустриалды-инновациялық саясаттың басым бағыты ретінде – әлемдік білім беру кеңістігіне интегралданған, ұлттық білім беру жүйесінің жаңа моделін құруды ерекше айтып өткен болатын. Аталған моделдің басты мақсаты – «еңбек ресурстарын дайындау, әсіресе кәсіби техникалық білім беру мен инновациялық менеджмент саласында» [1].

Кез-келген мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігі, оның экономикалық жетістігі тауар мен қызметтердің құнына қосылған ғылыми-техникалық үлес көлемімен анықталатын болғандықтан, еліміздің техникалық университеттеріне ерекше тапсырма жүктелінеді. Сондықтан, еліміздің Президентінің бұйрығында ең маңызды тапсырмалар ретінде, мамандарды дайындауға және түлектерге ерекше талаптар қоятын престижді инженерлік оқу орындарының жүйесін құру керектігін атап өтті.

Қазіргі таңда, қай ЖОО-дарын инновациялық деп атауға болады деген сұрақ туады. Инновациялық ЖОО-дарындағы білім беру жүйесі заманауи ғылыми зерттеулер мен заманауи экономикаға ашық болуы тиіс. Сонымен қоса, ондай ЖОО-дарының оқу жоспарларында жобалық зерттемелер, тренингтер, өндірістік және ғылыми-зерттеу орындарындағы тағылымдама сияқты үлгілер болуы тиіс. Білім беру үрдісінің техникалық қамтамасыз етілуі, еуропалық және америкалық университеттердегі деңгейге сәйкес келуі тиіс. Қазіргі таңда, білім беру қызметінің инновациялық сипатын сәтті қамтамасыз ететін ЖОО-дары ретінде келесі үш үрдістің түрі бір уақытта іске асырылатын оқу орындары саналады, яғни олар:

- Экономиканың әртүрлі секторларындағы шынайы жобалардың студенттермен құрылуы;
- Негізгі және қолданбалы сипаттағы зерттеулер жүргізу;
- Студенттерге оқу курстарын таңдауға мүмкіндік беретін білім беру технологияларын қолдану

[2].

Жоғары технологиялар саласындағы инновациялық қызмет фундаментальді жаратылыстану және математикалық дайындықсыз мүмкін емес, сондықтан инновациялық ЖОО-дарында жаратылыстану бағытындағы пәндерге назар одан ары арта беретін болады.

Жоғары деңгейлі, бәсекеге қабілетті мамандар дпйындау мақсатында еліміз 2010 жылдың 11 наурызында Еуропалық жоғары білім беру аумағына кірген болатын (Болон үрдісі) [3].

Болон үдерісінің жоғары білім жүйесіне енгізген жаңалығы өте көп, дегенмен ең басты жаңалығы - екі деңгейлі жоғары білім. Деңгейлердің аты аталды – біріншісі «бакалавр» («bachelor»), екіншісі «магистр» («master»). Қазіргі таңда үшінші деңгей қосылған, ол – философия докторы (PhD) [3].

Оқытудың кредиттік жүйесіне кіргеннен бастап, оқытушының оқушылармен жұмыс жасауын сапалы түрде қайта құруды, сабақ берудің әдісі мен әдіснамасын өзгертуді талап етті. Кредиттік жүйе бойынша студенттерді оқытудың басты міндеттері ретінде:

- Білім беру көлемін біріздендіру;
- Білім беруді жекелендіруге барынша жағдай жасау;
- Білім алушылардың өз бетінше жасаған жұмыстарының рөлі мен тиімділігін арттыру.

Кез-келген жүйенің енгізілуімен қоса пайда болатын көптеген мәселелік сұрақтар туатынын білеміз. Елімізде кредиттік жүйені енгізуде ЖОО-да пайда болған негізгі мәселелер:

– Профессорлы-оқытушылық құрам мен білім беру үрдісіне қызмет көрсетуші құрылымдық бөлімшелердің көп жұмыстармен айналысуы, себебі оқу үрдісі параллельді түрде жүргізіледі: дәстүрлі жүйе бойынша және кредиттік жүйе бойынша.

– Оқытудың инновациялық технологияларын енгізумен және оны ары қарай дамытумен байланысты қосымша көп көлемді шығындар;

– Әрбір оқытушымен дайындалатын тарату материалдарының, силлабустарының және студенттердің өзіндік жұмыс жасауына әдістемелік нұсқаулықтарды дайындаумен туындайтын оқу-әдіснамалық және уақытқа байланысты жұмыстардың көбеюі, әрбір академиялық сағатты 10 минутқа арттыруға алып келеді;

– Кейбір оқытушылардың білім берудің жаңа талаптары мен жаңа әдіснамасына үйрену қиындығы;

– 1-курс студенттерінің өзіндік жұмысына және оқудағы жетістіктеріне өз бетінше жауап беруге дайын болмайтындығы (әдетте, ол бастапқы кезеңдерде байқалады, яғни семестрдің басында);

– Ата-аналардың бірінші курс студентінің күні бойы оқудан босамауына дайын болмауы (таңертең МОӨЖ және МӨЖ) [3].

Сонымен қоса, еліміздің ЖОО-ның кредиттік жүйеге ауысқанының басты артықшылықтарына тоқтала кететін болсам:

- Факультеттердің, кафедралардың және оқытушылардың академиялық еркіндіктерінің кеңеюі;
- Замануи ақпараттық технологияларды енгізу арқылы білім беру үрдісін қарқындауы, профессорлы-оқытушылық құрамның біліктілігінің артуы және білім беру сапасының көтерілуі;
- Жоғары деңгейлі бәсекеге қабілетті мамандарды дайындау мүмкіндігінің артуы;
- Жалпы білім беру мен негізгі пәндердің біріздендірілуі;
- Студенттерге өзінің білім беру аумағын өзі құруға мүмкіндік беру;
- Студенттердің білімін тексерудегі субъективті көзқарасты алып тастау;
- Оқытушылардың ғылыми-педагогикалық деңгейлерін көтеру үшін бәсекелестік ортасын құру;

– ЖОО-ның қпараттық-техникалық негіздерін дамыту мен нығайту мақсатында білім беру қызметтерінің сапасын үнемі жақсартып отыру, білім алудың жаңа инновациялық технологияларын енгізу;

– Студенттер пәндерді игергенде және ғылыми жұмыс жасағанда шығармашылық біліктілікті арттыруға мүмкіндік беру үшін, студенттердің жеке жұмыс жасауына көп уақыт бөлу [3].

Сонымен, аталған кредиттік жүйеге еліміздің ЖОО-дары енгеннен бастап, бастапқы мақсат ретінде еліміздегі ЖОО-дағы бәсекелестік ортаны арттыру болып табылады. Бәсекелестікті арттыру арқылы біз білім беру сапасын жоғарылатамыз, сәйкесінші жоғары білікті мамандарды дайындауға мүмкіндік аламыз. Соңғы статистикалық мәліметтер бойынша еліміздегі ЖОО-ның рейтингісіне тоқтала кетсек (1-кесте):

Кесте 1 – Қазақстандағы үздік көпсалалы жоғары оқу орындарының ұлттық (бас) рейтингі [4]

№	ЖОО атауы	Түйінді нәтиже, салмағы %
1	Әл-Фараби атындағы қазақ ұлттық университеті	98, 8
2	Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті	98, 5

3	М. О. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан мемлекеттік университеті	57,67
4	Е. А. Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті	55,50
5	С. Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті	54,47
6	А. Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті	40,21
7	С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті	40,07
8	І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті Еуразия инновациялық университеті	38,18 38,16
9	М. Х. Дулати атындағы Тараз мемлекеттік университеті	37,88
10	Қ. А. Ясауи атындағы халықаралық қазақ-түрік университеті	36,4
11	Қорқыт-ата атындағы Қызылорда мемлекеттік университеті	34,4
12	Ш. Уәлиханов атындағы Көкшетау мемлекеттік университеті	34,16
13	Семей қаласының Шәкәрім атындағы мемлекеттік университеті	32,64
14	М. Өтемісов атындағы Батыс Қазақстан мемлекеттік университеті	30,82
15	Қазақ-америка университеті халықаралық білім одағы	30,45
16	Х. Досмухамедов атындағы Атырау мемлекеттік университеті	29,22
17	Сулеймана Демирель атындағы мемлекеттік университеті	22,49
18	Ш. Есенова атындағы Каспий мемлекеттік технологиялар және инжиниринг университеті	20,68
19	Каспий қоғамдық университеті	20,36

Жалпы, жоғарыда көрсетілген кесте мәліметтері негізінде біз, **Қазақстандағы үздік көпсалалы жоғары оқу орындарының тізімін 98, 8% -дық** көрсеткішімен Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті бастап тұрғанын көрдік. Жалпы рейтингке еліміздің 19 ЖОО-ны кірген. Сонымен қоса, Қазақстанның техникалық ЖОО ұлттық рейтингісінің мәліметтерін келесі кестеден көре аламыз(2-кесте):

Кесте 2 – Қазақстанның техникалық ЖОО ұлттық рейтингі [4]

№	ЖОО атауы	Түйінді нәтиже, салмағы %
1	Қазақстан-Британ техникалық университеті	91,19
2	Қ. И. Сәтпаев атындағы қазақ ұлттық техникалық университеті	72,08
3	Қазақ ұлттық аграрлық университеті	67,23
4	Қарағанды мемлекеттік техникалық университеті	53,68
5	Алматы энергетика және байланыс университеті	52,77
6	Алматы технологиялық университеті	47,14
7	Д. Серікбаев атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік техникалық университеті	44,13
8	Жәңгір хан атындағы Батыс Қазақстан аграрлық - техникалық университеті	41,93
9	М.Тынышбаев атындағы Қазақ көлік және коммуникациялар академиясы	38,47
10	Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті	35,05
11	Рудный индустриялық институты	33,19
12	Атырау мұнай және газ институты	25,98
13	Қазақ технология және бизнес университеті	23,32

Жоғарыдағы кесте мәліметтеріне сүйенетін болсақ, техникалық ЖОО-ның рейтингісіне 13 ЖОО-ны кіріп отыр. Олардың бастапқы қатарларына Қазақстан-Британ техникалық университеті, Қ. И. Сәтпаев атындағы қазақ ұлттық техникалық университеті және Қазақ ұлттық аграрлық университеті кіріп отыр.

Қорытындылай келе, инновациялық қызмет кез-келген ұйымға енгізілген сәттен бастап, көптеген өзгерістер алып келетіні белгілі. Соңын ішіндегі ЖОО-дағы жоғары сапалы қызметінің арқасында болашақта елімізді әлемдік нарықта бәсекеге қабілетті етіп танытатын ол жоғары мамандандырылған, білікті мамандар болып табылады. Қазақстанның ТМД елдерінің арасында осы мәселені бастапқыдан қолға алып, ЖОО-дағы инновациялық қызметпен белсенді айналысып отырғанын атап өтсек болады. Біліктілігі жоғары мамандарды дайындау арқылы еліміздің экономикалық және әлеуметтік дамуының көрсеткіштерін көтеру мүмкіндігіне де ие боламыз. Сондықтан, ЖОО-дағы инновациялық қызмет қазіргі таңда өте маңыздылыққа ие үрдіс болып табылады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011–2020 годы. Утверждена Указом Президента Республики Казахстан от 07.12.2010года № 1118.

2. Основы кредитной системы обучения в Казахстане/С.Б. Абдыгаппарова, Г.К. Ахметова, С.Р. Ибатуллин, А.А. Кусаинов, Б.А. Мырзалиев, С.М. Омирбаев; под общ.ред. Ж.А. Кулекеева, Г.Н. Гамарника, Б.С.Абдрасилова. Алматы: Казак университеті, 2004. 198 с.

3. Развитие системы высшего образования в РК [Электронды ресурс]. – Сілтеме: <http://www.kazportal.kz/razvitiya-sistemyi-vyisshego-obrazovaniya-v-rk/> 2015 ж.

4. Қазақстан Республикасы электронды үкіметінің ресми интернет ресурсы
http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/education/edu_heis/article/bestuniinkz30&lang=ru

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Кадырханова Ж.М. – докторант PhD

Казахский Национальный Университет имени аль-Фараби

Частота и масштабность современных системных кризисов все больше угрожает стабильности развития общества и хрупкому равновесию природных систем. К всемирному климатическому кризису, кризису биоразнообразия, топливному, продовольственному и водному кризисам, унаследованным из XX-го века, добавляются учащающиеся масштабные финансовые и экономические потрясения, охватывающие экономики всех стран и регионов мира. Маховик климатических изменений, подстегиваемый ростом выбросов углекислых газов, может привести к фундаментальным изменениям среды обитания живых существ.

Нестабильность цен на энергоносители свидетельствует о структурных недостатках и наличии рисков несбалансированного развития. При этом ведущие международные организации прогнозируют рост потребления энергии, что все больше закрепляет зависимость человечества от исчерпаемых природных ресурсов, результатом которого является высокая волатильность цен на потребляемое сырье. В структуре инвестиций за последние десятилетия преобладают инвестиции в высокорентабельные проекты с быстрой окупаемостью. Следовательно, в возобновляемую энергетику, на повышение энергоэффективности и защиту природных систем направляется недостаточно средств.

Существующие рыночные механизмы не настроены на сохранение истощаемых природных ресурсов, что в конечном итоге пагубно сказывается на благополучии нынешних поколений и создает огромные риски для будущих. При этом «невидимая рука рынка» действительно остается невидимой. Рыночные правила усугубляют проблему нерационального использования капитала, закрепляют сложившуюся практику, заводят развитие человечества в тупик.

Таким образом, остро ощущается потребность в совершенствовании государственной политики в области регулирования сложившейся экономической практики в целях изменения неправильных рыночных стимулов, которые привели к нерациональному и неадекватному распределению капитала, к игнорированию экологических последствий.

На очередной Конференции ООН по устойчивому развитию в 2012 году был поставлен акцент на необходимость перехода к концепции «зеленой экономики», то есть к экономике, обеспечивающей улучшение благосостояния людей, социальную справедливость с одновременным снижением рисков для окружающей среды и истощения природных ресурсов. Согласно документам Конференции

«Рио+20», под «зеленой экономикой» понимается система взаимоотношений между людьми, направленная на увеличение их благосостояния при сохранении исчерпаемых природных ресурсов и на снижение нагрузки на окружающую среду.

Переход от современной модели, так называемой, экономики потребления к концепции «зеленой экономики» требует смены приоритетов и целей развития цивилизации и связан с тремя главными условиями: сменой объекта управления, сменой целей развития и полномочным использованием экологических и социальных нормативов.

Концепция «зеленой экономики» включает в себя многие идеи, связанные с проблемами устойчивого развития. Если устойчивое развитие предполагает тесную взаимосвязь трех подсистем – экономической, социальной и экологической, то концепция «зеленой экономики» призывает к гармонизации и согласованности между этими компонентами, приемлемой для всех стран, независимо от этапа их экономического развития – развитых, развивающихся, а также страны с переходной экономикой. Все чаще вместо категории «природных ресурсов», используется категория «природного капитала».

Основной задачей перехода к новой концепции экономического развития является устранение зависимости от природных ресурсов, в частности, от различных видов ископаемого топлива: развитие мировой экономики натолкнулось на естественные ограничения, выражающиеся в нехватке природных ресурсов; ввод новых мощностей требует освоения более трудно извлекаемых, а, следовательно, дорогих ресурсов. Поэтому необходимы новые технологии, повышающие эффективность использования имеющихся ресурсов. К примеру, по данным Европейского научно-исследовательского института устойчивого развития, присутствует тенденция относительного снижения материалоемкости с 1980-х годов в связи с применением новых технологий в народном хозяйстве.

Преимуществом «зеленой экономики» по сравнению с действующей рыночной моделью является ориентация на современные ресурсоэффективные технологии с низким уровнем выбросов углерода, уменьшение нагрузки на природу и создание дополнительных рабочих мест – факторы которые позволят обеспечивать устойчивое развитие.

Стоит отметить, что в последнее время сложилась тенденция увеличения инвестиций в технологии производства возобновляемой энергии, что влечет к повышению конкурентоспособности таких технологий. Так с 2004 по 2010 годы инвестиции в возобновляемые виды энергии увеличились более чем в 6 раз, с 33 млрд. долл. США в 2004 году до 211 млрд. долл. США в 2010 году.

Современный рост инвестиций, в основном, происходит за счет стран, не являющихся членами ОЭСР, их доля в мировых инвестициях в возобновляемые источники энергии с 2008 года возросла до 40%. Наибольшие инвестиции осуществляются Бразилией, Китаем и Индией.

Более того, перевод секторов экономики на «устойчивый путь развития» позволит достичь кумулятивного синергетического эффекта. Так применение «чистых» энергоэффективных технологий в производстве, строительстве, на транспорте будет стимулировать сокращение энергопотребления, а, следовательно, снижение выбросов парниковых газов. При этом темпы роста экономики в долгосрочной перспективе могут быть не ниже, чем при современном развитии. К примеру, при сценарии «зеленого инвестирования» уже с 2020 года темпы роста экономического развития в среднем по миру будут обгонять прогнозируемые темпы современной экономики.

В «зеленой экономике» капитал направляется в запасы и восстановление возобновляемого природного капитала, а не возобновляемые ресурсы, такие как ископаемое топливо, исчерпываются медленнее, благодаря повышению эффективности их использования и разработке возобновляемых заменителей. Это создает основу для устойчивого роста доходов в средней и долгосрочной перспективе.

Итак, концепция зеленой экономики предлагается в противовес современной модели «коричневой» экономики. Группа стран «Большой двадцатки» ведет многосторонний процесс по реализации «Нового зеленого договора», разработанного в рамках Программы ООН по защите окружающей среды (UNEP). Переход к «зеленому» экономическому росту должен оказать существенное содействие преодолению экономического и финансового кризиса. В самом простом понимании «зеленая» экономика – это экономика с низкими выбросами углеродных соединений, эффективно использующая ресурсы и отвечающая интересам всего общества.

В международных документах по «зеленой экономике» сформулированы основные задачи по ее реализации:

- сократить к 2020 г. выбросы парниковых газов на 20%, повысить энергоэффективность на 20% и довести долю возобновляемых источников энергии до 20% (план 20:20:20) (в программах ЕС);
- сократить выбросы на 50% к 2050 году, а затем и на 80% к 2080 году окажет огромное воздействие на темпы инноваций и структурные изменения в экономике США (в программах США);

- структурная перестройка и поддержка зеленых изменений (в программах Скандинавии, США и Европы).

Предполагается, что уже в ближайшем будущем ключевым определением для передовых экономик мира станут «зеленая» и «низкоуглеродная» экономика (lowcarbon economy) с высокой энергоэффективностью и минимальным воздействием на климатическую систему [1].

Основной целью перехода к «зелёной» экономике является обеспечение экономического роста и инвестиций при одновременном повышении качества окружающей среды и социальной интеграции. Важнейшее значение для достижения этой цели имеет создание условий, чтобы государственные и частные инвестиции включали более широкие экологические и социальные критерии. Кроме того, главные индикаторы экономических показателей, такие как рост валового внутреннего продукта (ВВП), должны быть приспособлены для учёта загрязнений, истощения ресурсов, сокращения экосистемных услуг и распределительных последствий от потерь природного капитала для бедных.

Основной проблемой является согласование конкурирующих устремлений экономического развития богатых и бедных стран в мировой экономике, которая стоит на пороге разрастающихся изменений климата, энергетической уязвимости и экологического дефицита. «Зелёная» экономика может справиться с этой проблемой, предлагая путь развития, уменьшающий углеродную зависимость, продвигающий ресурсо- и энергоэффективность, уменьшающий экологическую деградацию. Поскольку экономический рост и инвестиции становятся менее зависящими от ликвидации экологических активов и принесения в жертву качества окружающей среды, как богатые, так и бедные страны могут достичь более устойчивого экономического развития.

Большинство интерпретаций устойчивости берут в качестве отправной точки согласованное мнение, достигнутое Международной комиссией по окружающей среде и развитию (WCED, World Commission on Environment and Development) в 1987 году, которое определило устойчивое развитие как «развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» (WCED 1987г.).

Экономисты в целом довольны этим широким толкованием устойчивости, поскольку это легко переводимо в экономические термины: увеличение благосостояния сегодня не должно привести к сокращению благосостояния завтра. Таким образом, будущие поколения должны иметь право на, как минимум, тот же самый уровень экономических возможностей и, как минимум, тот же самый уровень экономического благосостояния, которые доступны нынешним поколениям.

В результате экономическое развитие сегодня должно гарантировать, что будущие поколения материально остаются не в проигрыше, по сравнению с нынешними поколениями. Или, как кратко выразили некоторые экономисты, благосостояние на душу населения не должно уменьшаться с течением времени (Pezzey 1989г.). Согласно этому представлению, именно полный запас капитала, используемого экономической системой, включая природный капитал, определяет полный спектр экономических возможностей и, таким образом, благосостояние, доступное и нынешним и будущим поколениям (Pearce и др. 1989г.).

Общество должно решить, как сегодня лучше всего использовать свой полный основной капитал для увеличения текущей деловой активности и благосостояния. Общество также должно решить, сколько оно должно сохранить или накопить на завтра и, прежде всего, для благосостояния будущих поколений.

Однако не просто совокупный запас капитала в экономике может иметь значение, но также и его состав, в частности, не истощают ли нынешние поколения одну форму капитала для удовлетворения сегодняшних потребностей. Например, большой интерес к устойчивому развитию стимулируется беспокойством, что экономическое развитие может привести к быстрому накоплению физического и человеческого капитала за счёт чрезмерного истощения и деградации природного капитала. Главное беспокойство заключается в том, что безвозвратное истощение мировых запасов природных богатств согласно текущему пути развития будет иметь пагубные последствия для благосостояния будущих поколений.

Одним из первых экономических исследований, связавшим подход к капиталу, устойчивое развитие и «зелёную» экономику, была книга 1989 года «Детальная концепция «зелёной» экономики» (Pearce и др. 1989г.). Авторы утверждали, что, в связи с тем, что нынешние экономические системы смещены в сторону истощения природного капитала для обеспечения роста, устойчивое развитие недостижимо. «Зелёная» экономика, которая ценит экологические активы, использует политику ценообразования и изменения нормирования для перевода этих ценностей в рыночные стимулы, и приспособливает экономическое измерение ВВП к экологическим потерям, важна для обеспечения благосостояния нынешних и будущих поколений.

Как указано авторами «Детальной концепции «зелёной» экономики», главный вопрос в подходе к капиталу и устойчивому развитию заключается в понимании, возможна ли взаимозаменяемость различных форм капитала: человеческого, физического и природного. С точки зрения сторонника охраны природы можно было бы утверждать, что природный компонент совокупного капитала должен быть сохранён в целостности в физических величинах. Однако практически это может быть

подвергнуто сомнению, особенно в контексте развивающихся стран, если природный капитал относительно изобилует, то почему необходимо разрабатывать физический и человеческий капитал для удовлетворения других человеческих потребностей. Этот тип замещения отражает неблагоприятную действительность, что создание физического капитала, например, дорог, зданий, машин и оборудования, часто требует конверсию природного капитала. В то время как взаимозаменяемость между природным капиталом и другими формами капитала неизбежна, часто существуют возможности для повышения эффективности. Также существует растущее признание экологических параметров, которые ограничат замену ниже минимальных уровней, необходимых для человеческого благосостояния.

Тем не менее, всегда существовало беспокойство, что некоторые формы природного капитала важны для человеческого благосостояния, особенно ключевых экологических товаров и услуг, уникальной окружающей среды и природных сред обитания, и невозможности восстановления признаков экосистемы. Неуверенность относительно истинного значения этих важных активов для человеческого благосостояния, особенно стоимости, которую будущие поколения могут вложить в них, если их нехватка будет возрастать, ограничивает нашу способность в дальнейшем определить, можем ли мы дать адекватную компенсацию будущим поколениям за сегодняшние необратимые потери жизненно важного природного капитала. Это беспокойство отражено в других определениях устойчивого развития. Например, в 1991 году Всемирный фонд дикой природы, Международный союз охраны природы и природных ресурсов (МСОП) и ЮНЕП интерпретировали понятие устойчивого развития как «улучшение качества человеческой жизни в пределах допустимой нагрузки на поддерживающие экосистемы» (Всемирный фонд дикой природы, МСОП и ЮНЕП 1991г.).

Как предлагает это определение, типом природного капитала, находящимся в особой опасности, являются экосистемы. Как объяснено Partha Dasgupta (2008г.): «Экосистемы представляют собой капитал. В качестве восстанавливаемого капитала ... экосистемы обесцениваются, если они неправильно используются или перерасходуются. Но они отличаются от восстанавливаемого капитала тремя особенностями:

1) обесценивание природного капитала часто необратимо (или в лучшем случае системам требуется много времени для восстановления);

2) только в очень ограниченном смысле, невозможно заменить исчерпанную или деградировавшую экосистему новой;

3) экосистемы могут быстро разрушиться, без особого предупреждения».

Возрастающий экологический дефицит является признаком того, что мы слишком быстро безвозвратно исчерпываем экосистемы, и последствием будет воздействие на текущее и будущее экономическое благосостояние. Важный индикатор растущего экологического дефицита во всём мире был предоставлен проектом «Оценка экосистем на пороге тысячелетия» (ОЭ) в 2005 году, в котором было выявлено, что более 60% основных экосистемных товаров и услуг в мире, вошедших в оценку, деградировали или использовались неустойчиво.

Главная трудность состоит в том, что увеличивающиеся затраты, связанные с возрастающим экологическим дефицитом, обычно не отражаются на рынках. Почти все деградировавшие экосистемные товары или услуги, определённые в «Оценке экосистем на пороге тысячелетия», не продаются. Некоторые товары, такие как рыбные промыслы, пресная вода, продукты питания из диких растений и животных, а также древесное топливо, часто выставляются на продажу, но из-за плохого управления биологическими ресурсами и экосистемами, которые являются источником этих товаров, и несовершенной информации, рыночные цены на эти продукты не отражают неустойчивое использование и чрезмерную эксплуатацию.

При этом соответствующие политические инструменты и институты не были развиты, чтобы регулировать затраты, связанные с глобальным увеличением экологического дефицита. Слишком часто стратегические искажения и отказы обуславливают эти проблемы, поощряя расточительное использование природных ресурсов и экологическую деградацию. Специфической проблемой, поставленной повышением экологического дефицита и неэффективным использованием ресурсов и энергии в настоящее время, является необходимость преодоления обширных рынков, политической и институциональной неэффективности, которые препятствуют признанию экономической важности этой деградации окружающей среды.

Для изменения направления развития с неустойчивого на противоположное потребуется осуществить три важных шага. Во-первых, как обсуждалось авторами в «Детальной концепции «зелёной» экономики», усовершенствования экологической оценки и стратегического анализа обязаны гарантировать тот факт, что рынки и политические инструменты учитывают полные стоимости и выгоды воздействий на окружающую среду (Pearce и др. 1989г.; Pearce и Barbier 2000г.). Экологическая оценка и учёт обесценивания природного капитала должны быть полностью объединены с политикой и стратегией экономического развития. Как указано выше, наиболее недооцененными компонентами природного капитала являются экосистемы и бесчисленные товары и

услуги, оказываемые ими. Оценка экосистемных товаров и услуг не легка, хотя носит фундаментальный характер для обеспечения устойчивости глобальных усилий по экономическому развитию.

Обширная международная научно-исследовательская работа, поддержанная ЮНЕП, «Экономика экосистем и биоразнообразия» (ТЕЕВ, the Economics of Ecosystems and Biodiversity), иллюстрирует, как экологическое и экономическое исследования могут использоваться для оценки экосистемных товаров и услуг, а также насколько такая оценка важна для выработки стратегий и привлечения инвестиций в окружающую среду (Sukhdev 2008г.; ТЕЕВ 2010 г.).

Во-вторых, роль политических мер в управлении чрезмерной экологической деградацией требует наличия эффективной и приемлемой информации, стимулов, институтов, инвестиций и инфраструктуры. Совершенствование информации о состоянии окружающей среды, экосистем и биоразнообразия важно для принятия решений как частными лицами, так и государством, которое осуществляет распределение природного капитала для экономического развития. Использование рыночных инструментов, создание рынков и, где это приемлемо, нормативно-правовых мер, имеет важное значение для усвоения этой информации с целью принятия ежедневных решений о распределении природного капитала для экономического развития. Такие инструменты также важны для корректировки рынка и неэффективных политических мер, которые искажают экономические стимулы, необходимые для улучшения управления окружающей средой и экосистемами.

Однако преодоление институциональной неэффективности и поощрение более эффективных прав собственности, надлежащего управления и поддержки местных сообществ также важны. Снижение неэффективности правительств, коррупции и ликвидация плохой отчётности также важны для осуществления разворота от чрезмерной экологической деградации во многих странах. Но также существует и положительная роль правительств в обеспечении надлежащей и эффективной инфраструктуры через государственные инвестиции, защиту экосистем, находящихся в критическом состоянии, сохранение биоразнообразия, создание новых побудительных механизмов, таких как плата за экосистемные услуги, содействие технологиям и знаниям, необходимым для улучшения восстановления экосистем и облегчения перехода к низкоуглеродной экономике.

В-третьих, продолжающиеся экологическая деградация, перевод земель и глобальное изменение климата затрагивают функционирование, разнообразие и эластичность экологических систем, а также товаров и услуг, которые они поставляют. Потенциальные долгосрочные последствия этих воздействий на здоровье и стабильность экосистем трудно определить количественно и оценить. Для оценки и мониторинга этих воздействий потребуется расширение сотрудничества между учеными-экологами, экологами и экономистами (ОЭ 2005г.; Polasky и Segerson 2009 г.). Такой междисциплинарный экологический и экономический анализ также необходим, чтобы выявить и оценить последствия для благосостояния нынешних и будущих поколений от увеличения экологического дефицита. Дальнейший прогресс по изменению направления развития с неустойчивого на противоположное направлен на более широкое распространение междисциплинарного сотрудничества для анализа сложных проблем экологической деградации, утраты биоразнообразия и ухудшения экосистем [2].

Другой основной принцип для уравнивания различных форм капитала является признание того, что взаимозаменяемость является особенностью современных технологий. Инвестирование в изменение и замещение этих технологий может привести к новым взаимным дополнениям. Большинство источников возобновляемой энергии, такие как ветряные двигатели или солнечные батареи, значительно уменьшают количество природного капитала, принесённого в жертву при их строительстве и в течение срока их эксплуатации, по сравнению с технологиями по сжиганию ископаемого топлива. Оба эти вида решений, таких как фиксация порогов и изменение технологий, важны для достижения «зелёной» экономики.

В целом, движение к «зелёной» экономике должно стать стратегической повесткой дня экономической политики для достижения устойчивого развития. «Зелёная» экономика признаёт, что целью устойчивого развития является улучшение качества жизни людей в пределах ограничений окружающей среды, которые включают борьбу с глобальным изменением климата, за обеспечение энергетической безопасности и устранение экологического дефицита. Однако «зелёная» экономика не может быть сосредоточена исключительно на устранении проблем охраны окружающей среды и дефицита. Она также должна способствовать снятию озабоченностей, связанных с проблемами устойчивого развития и справедливостью с точки зрения разных поколений и искоренения бедности.

Список литературы:

1. Селищев В.Г. Энергоэффективность как фактор устойчивого развития: опыт, тенденции и перспективы (на примере стран «Большой восьмерки»). М., 2014.
2. ЮНЕП, 2011 год, доклад «Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности. www.unep.org/greenecconomy.

СЕКЦИЯ 2

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ РЕГИОНА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Мухтарова К.С. – д.э.н., профессор

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Традиционно считается, что активная бизнес-жизнь в Казахстане течет в основном в двух городах – столице республики Астане и г. Алматы. Если верить общепринятому мнению, в этом тандеме двух столиц и крутятся основные финансовые потоки, как нигде в Казахстане развит потребительский рынок, присутствует сильная инфраструктура в сфере услуг и пр. И, как дальше утверждает народная молва, если уж и открывать свое дело – то только в Алматы или Астане.

Однако, не все так категорично – независимо Казахстану уже более 20 лет и за это время другие регионы, бывшие некогда в стагнации, вернулись к нормальной жизни и уже по некоторым моментам могут поспорить с городами республиканского значения.

Автор составил рейтинг бизнес-привлекательности регионов Казахстана путем анализа шести ключевых факторов, идентифицирующих благоприятную бизнес-среду (см. табл. 1-2):

- численность населения,
- доходы населения,
- уровень бизнес-активности,
- доступность финансовых услуг,
- уровень собираемости налогов (налоговые поступления)
- кредитная активность в регионе (кредиты бизнесу).

Таблица 1 – Исходные данные по регионам Казахстана за 2015 год

№	Регион	численность населения	доходы населения	уровень бизнес-активности	доступность финансовых услуг	уровень собираемости налогов	кредитная активность в регионе
1	Акмолинская область	736605	61 271	7 574	47	9,74	38,64
2	Актюбинская область	822522	63 908	9 190	92	21,07	42,52
3	Алматинская область	1922107	62 173	10 059	80	30,42	20,67
4	Атырауская область	581473	142 346	7 419	65	110,67	44,54
5	Западно-Казахстанская область	629951	72 656	6 428	61	25,65	43,04
6	Жамбылская область	1098740	43 562	6 314	56	11,25	30,17
7	Карагандинская область	1378298	73 034	17 649	154	31,19	61,00
8	Костанайская область	881456	59 048	8 861	85	7,11	44,41
9	Кызылординская область	753148	48 511	6 755	50	7,37	21,29
10	Мангистауская область	606892	103 659	7 338	79	33,55	34,50
11	Южно-Казахстанская область	2788404	37 699	16 772	101	43,36	63,57
12	Павлодарская область	755778	73 835	9 149	82	20,57	71,12
13	Северо-Казахстанская область	571759	57 418	6 316	57	7,29	29,34
14	Восточно-Казахстанская область	1395324	62 692	11 708	151	24,78	72,99
15	г. Астана	852882	154 872	29 314	106	177,39	267,08
16	г. Алматы	1642334	135 035	60 809	267	199,57	1055,23

Примечание: составлена автором на основе данных [1]

Пояснение к таблице:

Население – количество зарегистрированных в регионе человек по состоянию на начало 2015 г. (в тыс. человек).

Доходы населения – показатель номинального денежного дохода по каждому региону по итогам 4 квартала 2015 г. (в тыс. тенге).

Бизнес-активность - количество активных субъектов малого предпринимательства в регионе по состоянию за 2015 г. (в тыс. единиц).

Доступность финансовых услуг – количество операционных отделений топ-10 самых крупных банков Казахстана в регионе (кол-во отделений).

Налоговые поступления - поступление налогов и платежей в государственный бюджет Казахстана в региональном разрезе за 2015 г. (в млрд. тенге) на основании источника [2].

Кредиты бизнесу – объем кредитов, выданных банками субъектам малого предпринимательства по состоянию на 01.12.2015 г. (в млрд. тенге) на основании источника [3].

Таблица 2 – Рейтинг регионов Казахстана по уровню привлекательности за 2015 год

№	Регион	Весовой коэффициент 1	Весовой коэффициент 2	Весовой коэффициент 3	Весовой коэффициент 4	Весовой коэффициент 5	Весовой коэффициент 6	Итоговый коэффициент Т
1	г. Алматы	0,59	0,87	1	1	1	1	5,46
2	г. Астана	0,31	1	0,48	0,4	0,89	0,25	3,33
3	Южно-Казахстанская область	1	0,24	0,28	0,38	0,22	0,06	2,18
4	Атырауская область	0,21	0,92	0,12	0,24	0,55	0,04	2,09
5	Карагандинская область	0,49	0,47	0,29	0,58	0,16	0,06	2,05
6	Восточно-Казахстанская область	0,5	0,4	0,19	0,57	0,12	0,07	1,86
7	Алматинская область	0,69	0,4	0,17	0,3	0,15	0,02	1,73
8	Мангистауская область	0,22	0,67	0,12	0,3	0,17	0,03	1,5
9	Павлодарская область	0,27	0,48	0,15	0,31	0,1	0,07	1,38
10	Актюбинская область	0,29	0,41	0,15	0,34	0,11	0,04	1,35
11	Костанайская область	0,32	0,38	0,15	0,32	0,04	0,04	1,24
12	Западно-Казахстанская область	0,23	0,47	0,11	0,23	0,13	0,04	1,2
13	Жамбылская область	0,39	0,28	0,1	0,21	0,06	0,03	1,07
14	Акмолинская область	0,26	0,4	0,12	0,18	0,05	0,04	1,05
15	Северо-Казахстанская область	0,21	0,37	0,1	0,21	0,04	0,03	0,96
16	Кызылординская область	0,27	0,31	0,11	0,19	0,04	0,02	0,94

Пояснение к таблице:

Итоговый коэффициент рассчитывается как сумма коэффициентов по каждому показателю. В целях унификации данных наивысшему значению по каждому показателю присваивается единица. Таким образом, чем выше итоговый коэффициент, тем выше значение коэффициента региона по полученному показателю.

Из таблиц видно, что рейтинг традиционно возглавляет г. Алматы: здесь зафиксированы максимальные значения по четырем показателям из шести анализируемых. В частности, г. Алматы может похвастаться самыми большими налоговыми отчислениями в госбюджет Казахстана, что говорит в том числе и о продуктивности экономической деятельности алматинских предпринимателей. Также в г. Алматы самая большая концентрация банковских отделений, о чем свидетельствует: во-первых, доступности финансовых услуг для малого и среднего бизнеса; во-вторых, о заинтересованности банков в данном регионе как наиболее экономически активном и эффективном. Кроме того, на г. Алматы приходится наибольший объем кредитов, выданных банками субъектам МСБ, т. к. кредитные организации видят в городе достаточно прибыльную бизнес-среду, которую охотно

финансируют. Другие показатели рейтинга несколько отстают, но в целом их значения выше среднего значения по Казахстану.

Вторым наиболее привлекательным регионом в Казахстане по бизнес-условиям является г. Астана; по показателю доходности населения в ЮКО зафиксированы максимальные значения по республике.

Замыкает тройку лидеров Южно-Казахстанская область: большая численность населения дает подпитку высокой конкуренции, что делает в конечном итоге ЮКО одним из наиболее перспективных бизнес-регионов. В ЮКО зафиксированы максимальные значения по республике по показателям плотности населения. Другие показатели также выше медианного значения, за исключением уровня доходов населения.

Наименьший показатель в рейтинге показала Кызылординская область. Несмотря на то, что уровень доходов населения здесь выше, чем в ЮКО, однако в силу высокой степени концентрации экономики региона на крупных промышленных субъектах бизнеса и малой плотности населения, активность малых форм бизнеса в Кызылординской области низкая.

За годы независимости Казахстана многие регионы республики не только перестали нести ношу как дотационных, но и развернули активную стратегию по привлечению инвестиций в экономику области. Однако не все регионы смогли выйти на новый уровень развития, и есть еще места на карте республики, экономическое положение в которых далеки от успешного.

При составлении следующего рейтинга учитывались следующие показатели: отток населения, величина прожиточного минимума, уровень доходов населения региона, уровень безработицы в регионе, состояние местного бюджета, наличие регионообразующих предприятий, уровень преступности в регионе (см. табл. 3-4).

Таблица 3 – Исходные данные по регионам Казахстана за 2015 год

№	Регион	Отток населения	ПМ	Доходы населения	Безработица	Местный бюджет	МСБ	Преступность
1	Акмолинская область	9327	18250	61 271	4,9	-2 921,3	7 574	14066
2	Актюбинская область	6120	18176	63 908	4,9	-4 712,7	9 190	17373
3	Алматинская область	37159	21115	62 173	4,8	1 371,7	10 059	26319
4	Атырауская область	4608	20286	142 346	5,0	-10 923,8	7 419	10158
5	Западно-Казахстанская область	4205	18028	72 656	4,9	292,7	6 428	13029
6	Жамбылская область	17111	17941	43 562	4,9	-2 132,8	6 314	17135
7	Карагандинская область	9659	18572	73 034	4,9	-3 601,6	17 649	30432
8	Костанайская область	5083	18458	59 048	5,0	-2 231,6	8 861	23233
9	Кызылординская область	9306	17996	48 511	5,0	-6 558,0	6 755	11337
10	Мангистауская область	5938	23714	103 659	5,1	-3 985,4	7 338	6931
11	Южно-Казахстанская область	25959	18590	37 699	5,2	-4 088,9	16 772	34471
12	Павлодарская область	4824	17649	73 835	4,8	-2 867,1	9 149	17016
13	Северо-Казахстанская область	6440	18319	57 418	4,9	-2 581,5	6 316	10211
14	Восточно-Казахстанская область	12585	19933	62 692	4,9	-6 226,5	11 708	26600
15	г. Астана	23789	22542	154 872	4,7	1 696,0	29 314	41077
16	г. Алматы	20575	22728	135 035	5,3	18 436,0	60 809	68747

Примечание: составлено автором на основе данных [1]

Пояснение к таблице:

Отток населения – количество выбывших человек (внутренняя миграция) из региона за январь-декабрь 2015 г.

Прожиточный минимум – величина прожиточного минимума в регионе по состоянию за декабрь 2015 г. (в тенге).

Доходы населения – показатель номинального денежного дохода в регионе по итогам 4 квартала 2015 г. (в тенге).

Безработица – уровень безработицы в регионе за 2015 г. (в процентах).

Местный бюджет – профицит/дефицит местного бюджета региона за 6 мес. 2015 г. (в млн тенге).

МСБ – число активных действующих МСБ в регионе по состоянию за 2015 г.

Преступность – число зарегистрированных совершенных преступлений в регионе за январь-ноябрь 2015 г.

Таблица 4 – Рейтинг регионов Казахстана по уровню депрессивности за 2015 год

№	Регион	Весо- вой коэф- фициент 1	Весо- вой коэф- фициент 2	Весо- вой коэф- фициент 3	Весо- вой коэф- фициент 4	Весо- вой коэф- фициент 5	Весо- вой коэф- фициент 6	Весо- вой коэф- фициент 7	Итого- вый коэф- фициент
1	Северо-Казахстанская область	0,17	0,77	0,37	0,92	0	0,1	0,15	2,48
2	Кызылординская область	0,25	0,76	0,31	0,94	0	0,11	0,16	2,53
3	Западно-Казахстанская область	0,11	0,76	0,47	0,92	0,02	0,11	0,19	2,58
4	Акмолинская область	0,25	0,77	0,4	0,92	0	0,12	0,2	2,66
5	Актюбинская область	0,16	0,77	0,41	0,92	0	0,15	0,25	2,66
6	Павлодарская область	0,13	0,74	0,48	0,91	0	0,15	0,25	2,66
7	Костанайская область	0,14	0,78	0,38	0,94	0	0,15	0,34	2,73
8	Жамбылская область	0,46	0,76	0,28	0,92	0	0,1	0,25	2,77
9	Мангистауская область	0,16	1	0,67	0,96	0	0,12	0,1	3,01
10	Восточно-Казахстанская область	0,34	0,84	0,4	0,92	0	0,19	0,39	3,08
11	Атырауская область	0,12	0,86	0,92	0,94	0	0,12	0,15	3,11
12	Карагандинская область	0,26	0,78	0,47	0,92	0	0,29	0,44	3,16
13	Южно-Казахстанская область	0,7	0,78	0,24	0,98	0	0,28	0,5	3,48
14	Алматинская область	1	0,89	0,4	0,91	0,07	0,17	0,38	3,82
15	г. Астана	0,64	0,95	1	0,89	0,09	0,48	0,6	4,65
16	г. Алматы	0,55	0,96	0,87	1	1	1	1	6,38

Пояснение к таблице:

Итоговый коэффициент – итоговый коэффициент рассчитывается как сумма коэффициентов по каждому показателю. В целях унификации данных, наивысшему значению по каждому показателю присваивается единица. Таким образом, чем выше итоговый коэффициент, тем выше значение коэффициента региона по тому или иному показателю.

Итак, наиболее депрессивным регионом в Казахстане является Северо-Казахстанская область. Несмотря на то, что отток населения из СКО достаточно небольшой, по остальным параметрам область проигрывает другим. В частности, в СКО уровень прожиточного минимума один из самых низких по стране – 18 319 тенге. Кроме того, в СКО - самая низкая концентрация МСБ в Казахстане в региональном разрезе, а дефицит местного бюджета составляет скромные 2,5 млрд тенге.

Второе место в данном «антирейтинге» занимает Кызылординская область. Прожиточный минимум здесь еще ниже, чем в СКО – всего 17 996 тенге. Уровень безработицы в регионе средний по республике и составляет 5,0%. При этом уровень доходов ниже среднереспубликанского – 48 511 тенге.

Замыкает тройку лидеров Западно-Казахстанская область – основные показатели, влияющие на депрессивность в регионе, в целом держатся на уровне либо среднереспубликанских, либо ниже. В данном регионе зафиксирована самая высокая доля оттока населения. При этом уровень безработицы для такого небольшого по численности региона достаточно высок – 4,9%. Величина прожиточного минимума – ниже среднего по стране и составляет 18 028 тенге по данным статистики за декабрь 2015 г.

Необходимость развития системы управления экономикой региона обусловлена объективными факторами. На современном этапе развития экономических отношений можно констатировать отсутствие ясного представления о функционировании механизма управления экономикой региона и механизма развития его экономики. Имеет место дублирование функций управления по ряду направлений деятельности; фрагментарность организационных действий по развитию системы управления экономикой региона. Выявленные проблемы вызывают необходимость исследования

теоретических аспектов управления экономикой региона, что позволит сформировать соответствующую систему.

В то же время в отечественной экономической науке недостаточно широко освещены вопросы влияния управления экономикой региона на развитие общества как на общенациональном уровне, так и на уровне самого региона. Всё это придаёт особую актуальность данному исследованию и вызывает необходимость проведения соответствующего анализа и выработки на этой основе научных рекомендаций по формированию модели управления экономикой региона.

Конкурентоспособность региона определяется в сравнении с другими аналогичными объектами. Данная характеристика относится к оценочным показателям, поэтому предполагает наряду с объектом и субъектом также наличие определённых критериев. Критериями оценки могут быть положение на рынке, темпы развития, возможность расплачиваться за полученные заемные средства, потребительские свойства по отношению к цене товара и др. Конкурентоспособность региона отражает уровень эффективности управления его экономикой. Последнее является одним из факторов регулирования экономики региона, который представляет собой движущую силу развития отдельного региона и регионального сообщества в целом.

Обобщая анализ, следует выделить круг проблем, способствующих росту региональной асимметрии и снижению уровня конкурентоспособности региона:

- неоднородная адаптированность регионов с разной структурой экономики к функционированию в условиях рыночной конкуренции;
- отраслевой принцип управления экономикой, что обуславливает стимулирование лишь базовых областей, имеющих высокую степень территориальной локализации; недостаточно интенсивное сотрудничество между разными регионами;
- ослабление роли государства относительно регулирования регионального экономического развития и выравнивание диспропорций в темпах и направлениях;
- несимметричность влияния государства через существующие механизмы на развитие разных регионов.

Результаты анализа указывают на то, что синхронизация интересов государства и региона на отдельной территории позволит не только поднять её экономику, но в конечном итоге приведет к сокращению диспропорций развития между регионами. При этом особую значимость приобретает управление экономикой региона.

Управление является особо значимой функцией региона. Исторические успехи региона большей частью определяются не природными ресурсами и технологиями, а эффективностью управления экономикой своей территории. Поэтому одни регионы прогрессируют, а другие нет. Однако, как свидетельствует мировой опыт, такая роль управления может быть реализована лишь при благоприятных внутренних и внешних условиях. Это, в первую очередь, опора на объективные экономические законы, опробованные принципы рыночного хозяйствования, мировая практика успешного ведения бизнеса, результативность системы регулирования экономики региона [4].

Понятная концепция управления экономикой должна играть роль важнейшего фактора построения благополучного региона и служить стимулирующим условием развития общества. Такая концепция должна быть частью системы мезоуправления, пронизывать её содержание, теоретически обосновывать экономический строй образующих страну регионов [5].

Одной из актуальнейших задач региона является построение модели управления, которая способна обеспечить конкурентоспособность экономике территории. Сегодня конкурентоспособность региона – это одна из самых влиятельных концепций в экономике развития и практической политике [6]. Вместе с тем промышленность регионов как в плане технико-технологической базы, так и в плане отраслевой структуры не всегда соответствует современным требованиям. Результатом такого положения становится её отставание от ряда развитых и новых индустриальных регионов. Отсутствие системного понимания собственной конкурентоспособности (или неконкурентоспособности) в совокупности с отсутствием какой бы то ни было стратегии по её формированию, создает риск для регионов РК остаться инвестиционно непривлекательными и неконкурентоспособными.

Взаимообусловленность процессов конкурентоспособности и экономического роста региона, а также сложность и глубина требуемых преобразований его экономики в соответствии с глобальными тенденциями, определяют необходимость выделения факторов и условий обеспечения конкурентоспособности экономики региона. В данном случае речь идёт о создании модели управления экономикой региона.

Основными компонентами данной модели являются управление как совокупность соответствующих принципов, организация управления (функции) и стратегическое управление (методы).

Управление базируется на принципах воспроизводства системы жизнеобеспечения, правовой регламентации управления, социальной ориентации, инновационной ориентации, сохранения собственных сырьевых ресурсов, единства теории и практики управления, конкурентоспособности региона.

Управление, прежде всего, должно обеспечивать сохранность экосистемы, ресурсосберегающее воспроизводство всех её компонентов. В данном случае регион становится объектом экономико-правового регулирования. Экономико-правовое регулирование процессов управления, соблюдение международных и государственных нормативных актов, регламентирующих различные процессы во всех сферах экономики региона, снижение субъективизма в управлении должны обеспечивать законность управления экономикой территории. Одной из основных целей управления должно быть гармоничное развитие общества, раскрытие и реализация его потенциальных возможностей, повышение благосостояния населения и качества жизни в регионе.

Структурными источниками управления является развитие на основе факторов производства, инвестиций, инновационной деятельности. Для повышения конкурентоспособности региона управление должно быть сориентировано на обеспечение инвестирования инноваций преимущественно в новые технологии и менеджмент. Реализация инновационной ориентации управления в современных условиях требует его соответствующей организации[7].

Регламентация организации управления должна учитывать особенности функций и задач, для выполнения и осуществления которых она должна быть приспособлена. Представляется, что функциональное содержание организации управления экономикой региона включает в себя законотворчество, реализацию законов, защиту прав и свобод, контроль над исполнением законов.

Взаимодействие указанных функций обеспечивает инновационную направленность управления и реализацию стратегии ресурсосбережения региона, которая должна быть нацелена на сохранение региональных сырьевых ресурсов, рациональное их использование, импорт и экспорт новых технологий.

Ресурсосбережение, в свою очередь, является основой стратегии управления, которая включает в себя ряд последовательных этапов: анализ среды, определение миссии и целей, выбор стратегии, выполнение стратегии, оценка и контроль выполнения стратегии[7].

Реализация вышеназванных этапов стратегии управления обеспечивает реализацию потенциала экономики региона. Успешная реализация данного потенциала находится в прямой зависимости от единства теории и практики управления. В соответствии с этим принципом любое управленческое решение в области функционирования и развития региона должно отвечать логике, принципам и методам управления и решать одну из практических задач, направленной на реализацию экономического потенциала региона.

Экономический потенциал региона включает в себя человеческий, ресурсный, научно-технический, институциональный и производственный потенциалы. Для того чтобы реализовать потенциальные возможности региона по максимуму, воплотить в жизнь все государственные планы и программы регионального развития, необходимо правильно расставить акценты, найти область, в которой имеющийся потенциал региона раскроется на все 100%, определить сильные и слабые стороны региона[8].

Учитывая тот факт, что каждый регион имеет свои неповторимые особенности (географические, природные, демографические, социально-экономические и т.д.), задача обеспечения сбалансированного развития усложняется. Это значит, что данная задача может быть решена только посредством регулирующего влияния региона. В данном случае речь идёт о стимулирующем регулировании инновационно ориентированной хозяйственной деятельности региона (РИОХДР)[8].

Стимулирующее РИОХДР – это главное средство реализации экономической политики. Регион в лице органов государственной власти, используя свои конституционные полномочия, действуя в пределах законодательных норм и реализуя законы, а также иные нормативные акты вводит механизмы их реализации в интересах целостности региона и государства в целом.

Эта, абстрактная, на первый взгляд, формула на самом деле отражает истинный смысл и содержание стимулирующего РИОХДР. Регион призван осуществлять регулирующее воздействие: определять общие условия самостоятельной деятельности хозяйствующих на его территории субъектов, согласовывать пропорции общенациональных интересов и приоритетов собственного развития. Основное содержание такого регулирования составляет упорядочение территориальной организации отношений по поводу собственности, природных ресурсов и финансов.

Регулирование отношений по поводу каждого из них отличается и процедурно, и по своей сути [9].

Стимулирующее РИОХДР создаёт необходимые предпосылки для повышения его конкурентоспособности. Конкурентоспособность региона является одним из ключевых для

управления региональной экономикой, так как в нём концентрированно выражаются экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие, маркетинговые и иные возможности отдельных предприятий, отраслей, экономики региона в целом. Эти возможности реализуются в товарах и услугах, противостоящих соперничающим аналогам, как на внутреннем, так и внешнем рынках. Конкурентоспособность, являясь структурным элементом системы конкурентных отношений, представляет собой многогранную категорию, соединяющую в себе содержательные моменты конкуренции и монополизма, а также их общественно-государственные регуляторы; она реализуется на объектном и субъектном уровнях рынка.

Современные определения конкурентоспособности по существу согласуются с теорией М. Портера, отражая при этом новый этап эволюции понятия конкурентного преимущества. Основываясь на этой теории, можно утверждать, что конкурентоспособность региона – это его способность создавать сравнительно высокий уровень доходов и заработной платы, оставаясь открытыми для международной конкуренции. Аналогичного мнения придерживаются и некоторые американские учёные, утверждающие, что конкурентоспособным является регион, сочетающий преуспевание в международной торговле на базе высокой технологии и производительности с высокими доходами и заработной платой[9].

Однако решить проблему повышения конкурентоспособности региона только силами самого региона невозможно. Необходимо участие государства, суть которого состоит в создании благоприятной межрегиональной среды с целью повышения эффективности сотрудничества и кооперации регионов для укрепления их позиций на международных рынках. Такой подход требует изменения существующего подхода к обеспечению регионального развития и создания системы государственного регулирования регионального развития, направленной на создание стимулов для развития регионов, к которым следует отнести следующие: адекватное мировоззрение и гибкий менталитет общества, баланс совокупного спроса и совокупного предложения, оптимальность финансовых потоков в экономике, регламент жизнедеятельности общества, интенсивное развитие факторов производства.

Список литературы:

1. Официальный сайт Комитета по статистике РК // Режим доступа: www.stat.gov.kz.
2. Официальный сайт Комитета Государственных Доходов Министерства финансов Республики Казахстан // Режим доступа: <http://kgd.gov.kz>.
3. Официальный сайт Национального банка РК // Режим доступа: <http://nationalbank.kz>.
4. Мухтарова К.С., Мылтыкбаева А.Т. Анализ данных науки, образования и инновационной деятельности с использованием методов анализа паттернов по регионам Республики Казахстан за 2003-2012 гг. // Вестник КазНУ, Серия экономическая. – 2014. - №2 (102). – С. 20-25.
5. Мухтарова К.С., Мылтыкбаева А.Т. Измерение национального развития Республики Казахстан в контексте глобального индекса инновационного развития // Вестник КазНУ, Серия экономическая. – 2014. - №3 (103). – С. 174-185.
6. Мылтыкбаева А.Т. Анализ динамики основных показателей инновационного развития в регионах Республики Казахстан // Вестник университета «ТУРАН». – 2014. - №2(62). – С. 147-154.
7. Подгорный, В.В. Государственное регулирование хозяйственной деятельности регионов: состояние, проблемы, перспективы : монография.– Донецк : ВИК, 2015.– 463 с.
8. Татаркин А. Промышленная политика как основа модернизации экономики России / А. Татаркин // Проблемы теории и практики управления, 2012. - No1. – С. 228-231.
9. Гражевская Н. Обеспечение конкурентоспособности национальной экономики в глобальном постиндустриальном измерении // Экономика Украины. – 2013. - No9.– С. 54 - 63.

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

Мылтыкбаева А.Т. – PhD, старший преподаватель
Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Развитие государственного регулирования экономики в развитых странах свидетельствует о том, что необходимо пересмотреть роль отдельных инструментов экономического регулирования в общей системе государственного регулирования экономики.

К сожалению, многие программы по углублению реформ в Казахстане недостаточно уделяют внимания вопросам инновационной поддержки, развития научно-технического потенциала для малого и среднего бизнеса. Поэтому государство, как определено в Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан до 2015 года, будет способствовать модернизации

частных предприятий, вовлекая их в инновационные процессы, и тем самым, создавая и улучшая производственный и конкурентный потенциал.

Мировой опыт показывает, что движущей силой инновационных процессов в экономике страны является инновационное предпринимательство с высококвалифицированным кадровым потенциалом. К сожалению, сегодня в Казахстане отсутствует институт профессиональных инновационных менеджеров - специалистов, профессионально владеющих деловыми принципами коммерциализации технологий, теорией, практикой правовой охраны и использования интеллектуальной собственности, умеющих управлять инновационными и высокотехнологичными проектами.

Формирование и последующее развитие инновационного малого предпринимательства в Казахстане должно происходить в условиях глобализации рынка, когда его действия на региональном рынке ограничиваются возрастающей конкуренцией со стороны проникающих извне новых технологий и новых продуктов [1].

Переход национальной экономики на инновационный путь развития невозможен без восприимчивости всего общества к инновациям и наличия достаточного количества кадров, способных управлять инновационным процессом и осуществлять реализацию инноваций. Необходимо создать систему подготовки и переподготовки кадров в области инноваций на базе ведущих вузов страны, с использованием опыта ведущих зарубежных бизнес-школ.

В условиях рыночной экономики в условиях децентрализации управления возрастает роль информационных механизмов научно-технического развития, особенно для производств, потенциал которых соответствует постиндустриальной эпохе. Включение предприятий и корпораций в международную производственную кооперацию возможен при условии существенного роста их информационного потенциала. Информационный механизм должен стать важнейшей составляющей комплексного механизма управления научно-техническим развитием производства.

На сегодняшнем этапе развития производства целесообразно формирование информационного механизма в составе:

- механизма организации оперативной и фундаментальной научно-технической информации о новейших достижениях отечественной и зарубежной науки и техники;
- механизма распространения нововведений на основе разнообразных контактов разработчиков и потребителей технических и организационных новшеств;
- механизма маркетинговой информации о состоянии рынка потребительских товаров, рынка технологий и рынка промышленной (интеллектуальной) собственности;
- механизма взаимодействия соперничающих организаций - разработчиков новых видов продукции и технологий.

Государственное регулирование отношений между субъектами развития призван осуществлять правовой механизм научно-технического развития. Трудности практического использования правового механизма развития производства в настоящее время состоят в том, что в существующих отраслях права не выделена специальная отрасль, регулирующая отношения по поводу научно-технического развития, как и не выделена отрасль хозяйственного права.

Для разработки механизма управления развитием производства, по-видимому, целесообразно определить специализированный комплекс законодательных документов - хозяйственное право в научно-техническом развитии производства [2].

Инновационная политика предприятий должна включать в себя следующие элементы:

- разработку планов и программ инвестиционной деятельности;
- подготовку конкретных и реально выполнимых инновационных проектов;
- контроль за ходом разработки нововведений и их внедрением;
- проведение единой инновационной политики, что подразумевает координацию усилий всех подразделений предприятия;
- обеспечение финансовыми и материальными ресурсами, квалифицированным персоналом программ нововведений;
- создание временных целевых групп для комплексного решения инновационных проблем – от идеи до внедрения продукта на рынок.

Так же следует отметить особенности функционирования малого инновационного бизнеса [3], отличающие его от других видов деятельности в рамках малого предпринимательства:

- разработка и продвижение на рынки новых продуктов и передовых технологий осуществляться медленнее, так как продукт неизвестен на рынке;
- высокая доля НИОКР в создании новых конкурентоспособных продуктов и услуг повышает затратную часть продукта, так как требуется привлечение научных и инженерно-технических работников, лабораторное и испытательное оборудование, а также образуются риски, связанные с реализацией инновационных проектов.

Программой по формированию и развитию национальной инновационной системы Республики Казахстан на 2005 - 2015 годы [4] определено, что развитие инновационного предпринимательства предусматривает развитие связующей (посреднической) роли между научно-технической и производственной сферами.

Конечной целью инновационного предпринимательства является перспективное развитие предприятий, способных оперативно реагировать и адаптироваться к конъюнктурной ситуации на рынке.

Анализ периода функционирования деятельности малых предприятий, показывает, что в среднем в странах западной Европы предприятие существует 3-5 лет, если не предпринимает шаги по внедрению инноваций.

Этап возникновения является концептуальной стадией развития МИП, когда оценивается инновационная идея, определяется потенциальная ниша на рынке и изучаются возможности ее коммерческого использования.

На данном этапе предприниматель определяет возможные масштабы деятельности в соответствии с возможностями и ожидаемым спросом, выбирает организационно- правовую форму МИП, проходит все процедуры по государственной регистрации (см. табл. 1).

Таблица 1 – Основные направления инновационной деятельности малого предприятия в зависимости от фазы жизненного цикла

Фаза	Содержание деятельности
Возникновение	Формирование инновационной идеи Патентная оценка идеи Оценка инвестиционных потребностей и финансовых возможностей Маркетинговые исследования и подготовка к учреждению МИП Формальное учреждение МИП Определение цели деятельности и разработка предпринимательской концепции Аккредитация
Развитие	Проведение и исследование разработок Патентование нововведения, защита авторами прав Маркетинговые исследования и подготовка рынков Технологическая подготовка производства продуктов Организационно-правовая подготовка производства Начальное производство инновационного продукта
Рост	Наращивание производственной мощности Увеличение объема продаж Освоение новых рынков Формирование устойчивой сети поставщиков Совершенствование технологии, организации производства и менеджмента Увеличение численности работающих и повышение специализации рабочих мест
Зрелость	Стабилизация поставщиков Модернизация и индивидуализация инновационного продукта Поиск новых рынков Проведение исследований и разработок Поиск новых сфер приложения инновационной идеи Модернизация предпринимательской концепции
Затухание – реформирование	Модернизация производственной базы Сокращение производственной инфраструктуры Сокращение численности работающих Ликвидация запасов Продажа собственных ноу-хау, лицензии, патента Приобретение чужих производств, лицензий, патентов
<i>Примечание:</i> Составлено по данным источника [5].	

Финансирование деятельности на этом этапе осуществляется обычно за счет собственных средств предпринимателя или учредителей МИП. Кредиты банков или средства внешних инвесторов на этом этапе получить труднодоступны. На первом этапе необходимо определить жизнеспособность инновационной идеи и определить факторы коммерческого успеха.

Для следующей стадии роста предпринимательства характерно расширение объемов инновационной деятельности, наращивание производства и объема продаж инновационного продукта поиск и

освоение новых рынков, поиск новых организационных решений и совершенствование системы и процесса менеджмента. Расширение масштабов деятельности определяет собственных оборотных средств (в том числе денежных) для создания требующихся запасов. Так как к этому времени успешно развивающиеся МИП приобретает положительный имидж и авторитет в финансовых кругах, источниками финансирования становятся устойчивые кредиты банков.

Фазы зрелости МИП достигает в условиях, когда его основные рынки теряют перспективу дальнейшего расширения. В целях снижения издержек и максимизации прибыли МИП переходит к развитию организации деятельности, повышению эффективности менеджмента. Основной задачей на этом этапе является поиск новых инновационных идей, модернизация и модификация инновационного продукта. Как следствие потребность в финансирование связанных с НИОКР, испытаниями новых инновационных продуктов, увеличивается. Основной формой привлечения средств выступают кредиты коммерческих банков.

Основным признаком затухания, спада МИП является снижение платежеспособности и ограниченные возможности реализации инновационного продукта. Кардинальным способом выхода из кризисной ситуации является реформирование (реструктуризация) предприятия на основе финансового оздоровления (проведение реабилитационной процедуры, в том числе санации). При наличии значительных активов МИП может рассчитывать на получение залогового кредита банка. Другими источниками финансирования санационных мер на этой фазе могут стать средства от реализации активов МИП, включая и его нематериальные интеллектуальные активы.

Объективное определение фазы жизненного цикла МИП в каждый из периодов его деятельности способствует правильному выбору стратегии развития, построению эффективной системы менеджмента и привлечению дополнительных финансовых инструментов. В зависимости от возникновения и проработки инновационной идеи выделяют три типа создания МИП.

Первый тип - системный, который представляет собой наиболее перспективный и конкурентоспособный тип, отличается идеальной проработанностью проекта, объективной оценкой рисков и шансов, детальной проектной проработкой организации деятельности, финансовых источников и денежных средств. Он базируется на техническом или производственном ноу-хау, патенте или приобретенной лицензии и характеризуется высоким профессионализмом. Он ориентирован на долговременные цели.

Второй тип – итеративный, который характеризуется поступательным развитием предпринимательской концепции, и связан с недостаточно определенной инновационной идеей, имеющей различные аспекты коммерческого использования. Предпринимательская концепция постоянно уточняется, изменяется по мере возникновения новых условий, уяснения рыночной ситуации и приобретения хозяйственного опыта предпринимателя. Этот тип связан с повышением затрат и более рискованными решениями.

Третий тип – спонтанный, который признается наиболее опасным, рискованным и дорогостоящим типом МИП, созданный по принципу «главное начать, а успех придет с опытом». Повышенные затраты в этом случае связаны не только с ошибочными решениями, но и с необходимостью исправления их последствий. Для успешного функционирования МИПО требуется системная проработка множества взаимосвязанных вопросов [6]

Количество собственников определяется исходной потребностью в инвестициях или сложностью научно-производственных процессов.

С экономической точки зрения слабые и сильные стороны МИП проявляются при их сравнении с возможной альтернативной формой инновационной деятельности крупных инновационных предприятий (ИП).

В таблице 2 представлены наиболее слабые и сильные стороны МИП.

Таблица 2 – Слабые и сильные стороны МИП

Сильные стороны МИП	Слабые стороны МИП
<ul style="list-style-type: none"> - короткая длительность инновационного цикла; - прямые и персональные контакты с партнерами; - быстрое принятие управленческих решений; - высокая мотивация труда; - низкий уровень накладных расходов 	<ul style="list-style-type: none"> - низкий профессиональный уровень менеджмента; - незначительные возможности внешнего финансирования, в том числе кредитования; - ограниченные возможности диверсификационного профиля МИП; - высокий уровень риска в предпринимательской деятельности;

<ul style="list-style-type: none"> - гибкая реакция на научно-технические достижения; - динамическая ориентация на спрос потребителя, свободные рыночные ниши; - отсутствие бюрократических структур в организации; - минимальная иерархия в менеджменте 	<ul style="list-style-type: none"> - незначительная степень разделения труда и специализации рабочих мест; - ограниченные возможности удовлетворения масштабного спроса; - персонафицированная ответственность за финансовые результаты деятельности; - отсутствие синергического эффекта от совместной деятельности множества структурных подразделений МИП
<p><i>Примечание</i> – Составлена автором на основе исследований</p>	

Анализ функционирования малого предпринимательства, зарубежный опыт объективно свидетельствует о том, что сильные стороны его появляются в инновационно-ориентированных сферах деятельности в связи созданием и освоением новых продуктов технологий, материалов, систем менеджмента, освоением новых рынков.

Несмотря на высокую степень риска, связанного с вероятностным характером самих инноваций, МИП имеют по сравнению с крупными ИП достаточно высокие шансы на предпринимательский успех при выполнении следующих условий:

- использование стратегии, ориентированной на малые ниши рынков;
- отсутствие жесткой конкуренции и сложных барьеров на рынке;
- невысокая капиталоемкость производства и продвижения на рынок;
- использование результатов базисных исследований и разработок или достижений;
- возможности прямых контактов с потребителями;
- вхождение в бизнес на ранних фазах жизненного цикла инновации;
- возможности многовариантного использования результатов выполненных разработок, приложение их к различным условиям, сферам, потребностям;
- относительная стабильность экономических условий деятельности и устойчивость цен на сырье, материалы, комплектующие, энергию и т.п.

Уровень риска малого инновационного бизнеса резко возрастает при:

- использовании стратегии, ориентированной на масштабные производства;
- наличии жесткой конкуренции на уже освоенных рынках, требующей значительных затрат на рекламу и продвижение инноваций;
- необходимости значительных первоначальных инвестиций в производство;
- ориентации на сложные технико-технологические системы;
- наличии сложных и длительных процедур испытания, апробации, лицензирования или сертификации инновационного продукта;
- узкой специализации в определенной сфере и невозможности ее расширения на базе имеющихся достижений;
- необходимости проведения масштабных и дорогостоящих НИОКР;
- сложности и высокой неопределенности сметных расчетов и экономических обоснований при составлении бизнес-плана, невозможности оценки или низкой вероятности технического, производственного или экономического успеха [64].

Недооценка сложностей предпринимательской инновационной деятельности в рамках МИП или переоценка собственных возможностей учредителями может служить причиной коммерческого краха последнего.

В добавление к этому, следует заметить, что и в «Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы» продолжается политика необходимости привлечения предприятий малого бизнеса к производству конкурентоспособных и экспортоориентированных товаров.

Список литературы:

1. Кушеев П., Кантарбаева А. Институциональные структуры поддержки малого и среднего бизнеса в Казахстане// Аль-Пари, 2005. - №6, - 28 с.
2. Кыдыралина Б.М. Организация малого предпринимательства в РК: макро, мезо- и микроуровневые аспекты// Караганда, Болашак-Баспа, 2000. - 166 с.
3. Дауранов И. Нужна новая стратегия развития малого и среднего бизнеса// Вестник предпринимателя, 2003. - №10. - С.19-26.
4. О стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 гг. Указ Президента Республики Казахстан от 17 мая 2003 года № 1096 // САПП Республики Казахстан 2003.- №23-24.- 217 с.
5. Казыбаев А.К. Управление малым инновационным бизнесом // Проблемы агрорынка. - 2014., - №3. – С. 168.

MERCHANDISING AS THE INSTRUMENT OF REGULATION OF SALES VOLUMES IN RETAIL TRADE

Akhmetova Z. – candidate of Economic Sciences

Al-Farabi Kazakh National University

Rose Darya – student

University of Applied Sciences Saarbrücken, Germany

Merchandising necessity was proved after it was found out that 2/3 of all purchasing decisions are made by consumers standing in front of the counter. Even if you a certain type of product purchase is pre-planned, 7 out of 10 customers make decisions on the choice of particular brand directly on the trading floor. That is, 9 out of 10 consumers who come to the store have no clear solution which brand to prefer. Thus, if we focus consumer's attention on a particular brand or product, it can be much more effective to control the level of sales. [1.8s]

Retail sales in Kazakhstan are one of the most promising sectors (Table 1). In 2015 compared with 2014, the volume of retail trade turnover increased by 25.3% in the country. The largest share of retail trade is for Almaty city (30.28%), Karaganda (10.33%), East Kazakhstan (9.17%) regions. Then, in the rank list there are Astana (8.69%), Aktobe (6.41%), South Kazakhstan (5.01%), Atyrau (4.07%), Almaty (3.97%), Pavlodar (3.72%), Kostanay (3.22%), West Kazakhstan (2.99%), Akmola (2.63%), Kyzylorda (2.54%), Mangistau (2.44%), North Kazakhstan (2.39%) and Zhambyl (2.12%) regions (table 1). Kyzylorda region, unfortunately, is in one of the last places. Retailers of Kyzylorda should make greater efforts to increase the trade with the help of various forms and methods of promotion.

Table 1. Total retail sales in Kazakhstan, mln. tenge [2]

Regions	2010	2011	2012	2013	2014	2015
RK	1408690	1736754	2092787	2442911	2551395	5696841
Akmola	24836	33510	43369	47248	58083	84088
Aktobe	79984	87916	99228	112899	146229	205010
Almaty	31152	44897	51509	59025	99953	126921
Atyrau	25202	36518	49007	56291	82730	130109
West Kazakhstan	55840	60612	68987	76542	79512	95641
Zhambyl	22215	36255	44038	53699	58957	67869
Karaganda	146909	166626	198691	235837	266942	330344
Kostanay	40172	46473	52957	64103	76432	103015
Kyzylorda	18843	22932	29396	39868	52772	81242
Mangistau	20968	24986	31406	34376	45691	77985
South Kazakhstan	57061	66058	85492	98979	104936	160264
Pavlodar	58893	70908	77454	89929	95921	118996
North Kazakhstan	36444	39074	43039	51738	52313	76433
East Kazakhstan	130596	153627	183242	211268	227905	293274
Astana city	82266	105561	159600	217621	203693	2777449
Almaty city	577309	740801	875372	993488	899326	968201

The greatest difficulties in the use of merchandising are related to the lack of perceived need to invest in staff training, as well as the importance of imbalance between the sales structure and the structure of the space for display of goods. This suggests that companies-suppliers and retailers have not always worked out a number of common strategic objectives for merchandising, there is no concerted action to build strong relationships with customers and the development of assortment policy consistent with the principles of merchandising and tuned to the needs of customers throughout the supply chain.

According to the experts' analysis of majority of retail outlets, among organizational and technological constraints affecting the implementation of merchandising in the retail trade, the most significant ones are uniformity of means and tools of merchandising and the lack of an integrated approach to the implementation of merchandising programs. As the least important ones, evolution of the retail trade and the dominance of the merchandising implementation principles in retail outlets were marked. [3]

The study results suggest that in addition to the organizational and economic factors, an important role is played by socio-cultural factors in the implementation of merchandising programs: the buyer often does not

perceive the merchandising program, as the retailer has no clear idea of the target audience for this or that program.

Among the most important behavioral factors limiting the use of merchandising, experts mentioned the use of traditional merchandising instruments without taking into account the specifics of the goods, consumer preferences, "memorized pattern" of work by the sales staff, banal use of merchandising as a "fashion toolbox" for marketing. There is also a factor of the development of merchandising programs "in fact", but not in the long term.

It can be seen that the lack of individual merchandising programs adversely affects the behavioral factors: the specifics of the goods is not taken into account, traditional merchandising tools are used, specific patterns of the staff behavior in the sales area are not developed. [3]

To solve all the above problems, it is necessary to increase the level of merchandising specialists' professionalism at our domestic market. Due to their acquired knowledge set forth with great practical experience, they are able to develop trade in the retail sector and to help a vast number of businesses in need thereof.

Therefore, each merchandiser must take the following rules of merchandising as a basis in the retail trade:

1. Highlighting of the goods on the background environment.

There is an exercise for visual analysis: go to the window, put a small mark on the glass with a pencil or a marker. Then step back a bit and concentrate your vision at the label. Look at it for ten seconds, then move the view to the glass. If you experiment, you'll see - the label becomes an obstacle, certain background, due to which the glass and everything outside the window fade into the background. This is sight focusing, and the label becomes more apparent against the background of its surroundings. In order to let the goods become more visible, the items need to be given greater highlighting against the surrounding background, and to give significance. Here are a few ways to do this:

- Quantity of product is of key importance. You can make long or wide rows for the goods or make a pile of goods you want to sell first of all. Just increase their mass.

- Color is always relevant. Marking the goods with desired color will be helpful, so it will be more noticeable, hence, people will unconsciously react to it. Yellow or yellowish shades, shades of orange spectrum, of course, red and fluorescent and shiny elements suit best for this. In general, other colors are also suitable, but the very tone should be saturated, but not too toxic, it must not tire and it should not be much.

- Packaging is not just a box. It is also possible to deliver the goods in an exotic or attractive packaging. Humans are curious by nature, perhaps, it will attract his interest, it will create the effect of novelty.

- Logic of light. In the sales of jewelry, there is always a light, it highlights certain goods and also makes the counter itself noticeable. Think logically where you would prefer to buy a product? In a dark and gloomy hall or in a lighted room... The answer is obvious. It is necessary to properly illuminate the object of the sale itself.

- POS-elements are not just for mounting and display of goods prices. Any POS-element, such as wobblers, shelftalker, price tags, labels, promotional stands, tray, box, and so on always attract attention, as they help to present the goods in the best way. They not only allow assessing the goods, but also inevitably attract a buyer.

2. Major products are installed at eye level.

A person may look for completely different things, but his gaze is often directed forward, straight and firmly (especially for men). It is not surprising, because the human mind evaluates the situation and especially people's faces. Any more or less literate seller knows that the goods should be placed at eye level. This way, it is much easier to attract the buyer. We should assume the average human height and position products at the level of 150-160 cm.

It is recommended to install products at this position that have high margins and at the same time a good purchasing power.

As practice shows, there is a blind spot - the bottom of the counter or floor. Those goods, which are already in demand, such as beer packs, containers with "hot products", as well as goods in stock are logical to put down. So you'd better make room for more actual goods. And remember: the lower left corner is considered to be the most common blind spot for most people.

3. Variety pleases.

The human is changeable, he wants variety. That is why it is important to create this effect. Often, coming to the store, it seems to us that everyone sells the same. The choice is limited and you want something unique... What to do? To differentiate each category of goods with different POS-elements. The use of different materials will increase the involvement.

4. Group layout.

An important criterion to be considered is a competent balance of commodity groups. The man looking for a dress is unlikely to ask for cookies. The merchandise must be in the same group, in which it should be. For example, shoe rows should be far away from the food. A distinction within the group should be logical and intuitive. It is possible to separate, for example, expensive shoes into one group and cheap ones to another group. Differentiation of the commodity can be done by the form, shape, weight, and so on. In this case, the main thing is that the separation is visible for the buyer, not just for you.

5. Profile is a solution!

When we walk in the large pavilions with different products, what can distract us most? People! After all, everyone is looking for his goods... The child wants a cake, and a bearded biker buys a machine, and 100 meters away fine juicers are sold. And the crowd is everywhere. One wants to quickly go away from this turmoil, preferably to a small shop, which sells exclusively desired product. If you have not a supermarket, but rather a small shop - it is better to focus on the desired field. Variety is for large shopping centers, and division into departments is made first of all there.

6. Several items create focus, and a hundred creates panic!

It is proved that a person usually remembers no more than nine items in the same environment. Rarely, a person looks for a lot of things at the same time, most often the search is specific or gradual. It should be understood that the 9 objects are a very inflated amount, it applies to large retail outlets with a large variety. Practice shows that for medium or small shops 4-5 items are a limit! What does this mean? This means that you should not use the abundance of auxiliary materials. In a specific environment, there must be no more than 5 POS-elements, pointing to one type of goods. If you overuse this rule, it creates confusion and the client may lose sight of the necessary thing, which has already been noticed in your store. [4]

Summarizing all the above, it should be noted that after learning all these rules you should not stop! This is just the foundation, on which you'll build new strong and high walls of your ability to collect and process information in the future and translate it into a more advanced and perfect form for the development of merchandising in the retail trade.

References:

1. Sysoeva S., Buzukova E. A. Merchandising. Assortment retail management course. 2 edition. Peter 2015.-240
2. <http://www.stat.gov.kz>
3. Balashova O. V. Basic problems of merchandising application in retail networks of home appliances // Russian Entrepreneurship. - 2012. - № 3 (201). - Pp. 146-150. - <http://bgscience.ru/lib/7289/>
4. Tulyakov A. Visual merchandising, Educational materials. 2011. Golden rules of visual merchandising (article). <http://vitrinistika.ru/visual-merchandising/zolotye-pravila-vizualnogo-merchandajzinga/>

GOVERNMENT REGULATION ON INNOVATION

Altay Y.Zh. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

Background: Innovations; innovative actions; innovative policy; new products and technologies; scientific and technological progress.

In the last decade significant attention is shared to innovative development of the country as one of the determinants of economic development, moreover, it is one of the essential attributes of a competitive society. But it is also worth to note a number of problems encountered on the way to the development of high technology, the main ones are: raw materials, insignificant integration with the global economy, weak inter-sectoral and inter-regional economic integration within the country, the low consumer demand for goods and services in the domestic market (small economics), undeveloped industrial and social infrastructure, the overall technical and technological backwardness, lack of effective communication between science and production, lower costs for research and development work, incompatibility of management objectives of economic adaptation to globalization and transition to a service-technology economy .

In most cases, the government has resorted to borrowing innovations from countries which have already have success in this direction in economic development for the modernization of their own elaboration, as well as for further use in the workplace. Incompleteness of research, their separation from the production, poor funding of R & D can be considered as the cause of this phenomenon, as well as important issues. Conducted applied research projects have continued as commercialization and introduction into production.

World experience shows that a key figure in the development of innovation-directed economy is the state. It is through this most important institution is the implementation of various programs through targeted public procurement to stimulate innovation sector enterprises sold through special institutions.

Certainly it is impossible to ignore the steps that the government has undertaken to meet the innovative improvement, and certain achievements that once seemed impossible in these conditions. To expand the scale of innovation in Kazakhstan aimed main provisions of the Republic of Kazakhstan "On innovation" and "Program of innovative development of Kazakhstan."

As it is known Kazakhstan aspires to be among the 50 most competitive countries in the world. Obviously, increasing the role of science is one of the most important factors for the development of a balanced growth of the economy in order to increase competitiveness. Funding scientific sphere acts in the role of the indicator reflecting the level of scientific and technical potential, as well as the dynamics of its development. So for years of independence for the period 1995-2013 years science funding increased in real terms. There are so-called standards, determining the level of financing of scientific and technical progress. According to the estimates of international experts for the sustainable development of the country requires that your science funding allocated from 2 to 4% of GDP. The threshold value of expenditure on research and development in relation to GDP as an indicator of economic security is considered to be equal to 2%. Recommended by the International Academic Council share of spending on science for developing countries is 1-1.5% of GDP. [2]

Indirect public funding is another indicator of scientific and technological progress, as well as a method to maintain the funding of R & D at a certain level of market conditions. It is to create favorable conditions for public authorities to funding R & D and innovation are interested in the results of their investors on market conditions. Methods of indirect financing include:

1. Tax benefits. These include exemption from taxation of certain categories of taxpayers or individual activities, withdrawal from certain tax object of its constituent elements, establishing tax exemption limit object, lower tax rates for certain categories of taxpayers; postponement of tax collection, a deduction from the amount of tax charged.

2. Investment tax credit. This is a rescheduling of tax (on profits or income), at which organizations are given the opportunity for a certain period of time and under certain conditions to reduce their tax payments to the subsequent phase of loan amount and accrued interest. Reduction made for each payment of tax as long as the amount unpaid organization as a result of such reductions will not be equal to the amount of the loan provided by the contract concluded between the organization and the Internal Revenue Service. Amount owing called cumulative amount of the loan.

3. Nontax areas:

- issuance of state guarantees as collateral for loans, attracted by projects on the market. The most attractive is to provide partial guarantees to not take all the responsibility with the main investor and avoid lobbying concerned officials inefficient projects. Currently, such a guarantee on behalf of the States may issue the Finance Ministry and specially created government agencies (State Investment Corporation and the Russian Financial Corporation);

- establishment of preferential tariffs for communal services for research organizations, or conduct financial settlements with companies that provide public services.

- customs exemptions;

- centralized regulation standardization. State toughens standards and thus indirectly forcing producers to implement innovative projects and provides them with the demand for R & D results;

- providing public authorities the right to use certain resources as their contributions to create for the implementation of innovative projects economic society. The State may grant the right to use land as a contribution. [3]

The process of formation and development of innovation-oriented economy in each state are different based on the time frame and the initial conditions existing at the time of launch of the entire mechanism. Someone is moving steadily, step by step, reaching the intended results, and someone makes a leap under the influence of sound public policy.

In the UK, prior to the 2000s was conducted targeted centralized policy to encourage and promote innovation. In 2003 the Ministry of Trade and Industry published a government strategy for technology development in 2004 was established the Council for Technology Strategy, which invests in the development of new technologies, support their development and commercialization. Regarding the integrity of long-term development strategy of innovative UK was formulated only in 2008.

In the UK, created numerous innovative centers 2 types: focused on the development of specific technologies and the promotion of its use (created in response to the needs and business opportunities, for example, Printable Electronics Technology Centre, PETEC); and focused on a particular sector or market (created for to bring together the complementary disciplines of science, part of the process chain, etc.).

In Ireland, the role of the state is high in the innovation process: in particular, it is crucial in attracting foreign investment in the development of high-tech industries: one of the directions of measures to stimulate

the development of high-tech industries is the allocation of R & D grants, lower tax rates for companies that perform research and development.

State invests in Ireland and in a number of projects to provide access to the growing business information, advisory, and educational resources. To support the flow of researchers in Ireland the government of this country has adopted a resolution of the European Communities to attract researchers from third countries (EC Directive on Mobility of Researchers from Third Countries).

In general, innovative entrepreneurship is poor. Once created industrial parks due to insufficient funding, and industrial base turned into technological business incubators and business centers. Tough competitive environment in the global market and a number of the above problems lead to the fact that for financing, venture capital funds of the country can not invest big in innovative technologies. Most small businesses are not connected republic of innovative activity, although the most flexible and receptive to innovations largely because of ignorance of the positive aspects of the innovation sphere. Hence the decline in demand for innovation and lack of investment funds, even though small businesses do not need a large-scale infusions.

As is well known innovation has not yet become the main direction of economic development in Kazakhstan: in the domestic economy is not observed any significant breakthroughs, no sign of the development of the self-developed results. The global financial crisis of 2008-09 affected the implementation of the goals, led to a reduction in government spending on subsidies for companies in the field of innovation.

Creating an innovation economy in the Republic of Kazakhstan is a comprehensive economic, social and political task, which may at a concentration in the regions of physical, human and social capital, as well as financial support according to the characteristics of each region. This approach will enable a comprehensive approach to the task and thus achieve greater results. Creating a full-length regional systems would focus on the development of a given region, taking into account its specificity.

In conclusion, we note that the formation and development of innovative economy is impossible without the introduction of a competitive national innovation system and the complex legal institutions and social nature. Set of innovative strategies, as well as state support interaction of educational, scientific, business and non-commercial organizations in all sectors of the economy.

To create an effective national innovation system should:

- 1) Move away from extraction economy and send forces to complete the country's industrialization.
- 2) Improve the quality of innovation infrastructure.
- 3) Increase the demand for innovation.
- 4) Increase the concentration of power of innovation in the regions.
- 5) Reform in statistics measuring the innovation sector in order to provide reliable information that reflects the real picture of all that is happening in this area.
- 6) Please note that in order to achieve high rates of annual growth indicators of innovative development in market conditions requires deliberate government policy not only in innovation, scientific and technological, but also in the socio-economic sphere. Rising incomes, education levels and qualifications consumers could become a base for the development of manufacturing high-tech products and services in the country.

References:

1. Financing innovation spb-venchur.ru/regions/44/innovatekz.htm
2. Review of the international experience of innovative development
3. www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=223&d_no=39679

MANAGEMENT OF INNOVATION ENTREPRENEURSHIP

Galymkyzy G. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

Innovative entrepreneurship is a special innovative process of creating something new, the process of management, which is based on the constant search for new opportunities, focus on innovation. It is related to the entrepreneur's willingness to take on all the risk for the implementation of a new project or improving an existing also, incurred financial, moral and social responsibility.

Management of innovative activity is of particular importance in modern life, influencing a great deal to strategy, objectives and methods of management companies. Innovation activity not only creates the future face of the company, defining its technology, manufactured products, potential consumers, environment, but also the basis of its competitive position, and, so a strategic position in the market.

Content management of innovative entrepreneurship is inextricably linked to information processes lies in the preparation, collection, processing and transfer of scientific and technical, managerial information, the elaboration and adoption of management decisions, bringing them to the performers, organization of implementation, evaluation of results or impact of the implementation of the decisions taken. These meaningful elements that are implemented in sequence, constitute the process of management of innovative business, having cyclical, relatively self-contained.

As in other spheres of economic activity, the management cycle in the sphere of innovative entrepreneurship, in relation to specific control object enables the implementation of a number of functions. The basic functions of management of development of innovative entrepreneurship are:

Prediction is used for the formation of long-term objectives and ultimate goals of scientific and technological development.

- Planning is necessary for determine resources and methods of achievement of the objectives established for scientific and technological development.

- Organization promotes the formation of management and managing systems.

- Regulation – releases maintenance of the functioning management and managing systems.

- Accounting and control - elements of this function are the processing, analysis and systematization of data on the status and functioning of the managed systems.

Entrepreneurs regard change as essential and welcome it as beneficial to the lives of big corporations and small businesses alike. However, the kind of change implied here, Drucker clarified, is typically not the kind that can be brought about simply by deciding to create it. Rather, it is created by entrepreneurs who actively go looking for existing change in order to exploit it.

Set out the division of the management cycle at the individual functions rather arbitrary. The individual functions are inseparably linked with each other not only a certain sequence of execution, but also on the content of actions and calculations. Performing routine calculations, justification and acceptance of management decisions can be made at the stage of strategic innovation planning and process operational control, in the event of deviations from the plan. At the same time, predictive calculations may be performed not only for the purpose of justification of planning decisions, but in the course of their execution, to predict the necessary organizational changes.

Substantial relationship management functions in research and development lies in the fact that each of them is both the object of the implementation of all other functions. Thus, it is necessary to organize the planning system on the innovative enterprise to establish proper accounting and monitoring of all its constituent elements and to provide timely regulation and improvement.

An important characteristic of the organization of management of innovative activity is that it involves almost all functional and production divisions of the organization, with increasing degree of their participation actively proceeding innovative processes and proportionally increases the final effect of production and economic activity in general. This dependence means that the most rational is the third form of organization of innovative activity management.

So, innovative entrepreneurship is a special innovative process management. It is based on the constant search for new opportunities, focus on innovation, ability to extract and use for the solution of permanent task resources from a variety of sources. This type of entrepreneurship is associated with the entrepreneur's willingness to voluntarily assume the entire risk associated with the implementation of a new project or improving an existing, to assume financial, moral and social responsibility for the process, which should bring income and personal satisfaction achieved. Innovative entrepreneurship is the main base all branches of business.

References:

1. Kupeshova S.T. «Innovation management».-Almaty 2011, 234 b.
2. A.V. Tychinskii «Innovation management companies:Modern approaches, algorithms, experience» Taganrog: TSURE 2006.
3. Henri, Jean-François and Journeault, Marc. Eco-control: The influence of management control systems on environmental and economic performance. Accounting, Organizations and Society, 2010, pp. 63–80.

IMPACT OF LOGISTICS MANAGEMENT ON COMPETITIVENESS OF COMPANIES

Mendgaliev K. - PhD
Issakova M.M. – master’s student
Al-Farabi Kazakh National University

The scope and influence of logistics has evolved in the late 1940s. In the 1950s, and 60s, military was the only organization which used logistics. The scope of logistics has been extended beyond the army, as it has been recognized as one of the important tools for developing competitiveness. Competitive advantage means the company has the ability to differentiate itself, in the customer’s eyes, and also is operating at a lower cost and greater profit.

Logistics facilitates in getting products and services as and when they are needed and desired to the customer. It also helps in economic transactions, serving as a major enabler of growth of trade and commerce in an economy.

Logistics has come to be recognized as a distinct function with the rise of mass production systems. Production and distribution were earlier viewed as a sequential chain of extremely specialized activities. The role of logistics is to ensure availability of all the required materials before every step in this chain. Obviously inventory of raw materials, semi-finished and finished goods is a must across this chain to ensure its smooth functioning[1].

The concept of logistics has its base upon the systems approach. There is a single chain, with flow of materials starting from the supplier, then to the plant and finally to the end customer, and also these activities are done sequentially in order to achieve customer satisfaction at low cost. For this to be successful there has to be co-ordination in the activities of the department.

With reference to an organization, an organization gets a concrete shape due to its structure. In the earlier times, the suppliers in distribution activities were spread across the entire structure, thus resulting in an overlapping of activities and finally in unaccountable authority and responsibility. In today’s process driven organization, where the focus has shifted from functions to process, logistics has become an essential part of the process.

Services of logistics can involve any or all of administration, information technology, warehousing, logistics integration, financial service management, transportation management, inventory management, import and/or export activities, etc[1]. Thus a provider logistics services has service based types, which are presented in Table 1.

Table 1 – Types of logistics providers

TYPE	EXPLANATION
Transportation - Based	Services extend beyond transportation to offer a comprehensive set of logistics offerings Leveraged third party logistics (3PL) use assets of other firms Non-leveraged 3PLs use assets belonging solely to the parent firm
Warehouse - Based	Many have former warehouse and distribution experience Integrated logistics has been less complex than for the transportation based providers
Forwarder - Based	Essentially very independent middlemen extending forwarder roles Non-asset owners that capably provide a wide range of logistics services.
Financial - Based	Provide freight payment and auditing, cost accounting and control, and tools for monitoring, booking, tracking, tracing and managing inventory
Informational - Based	Significant growth and development in this alternative category of Internet-based, business-to-business, electronic markets for transportation and logistics service.

Source: made by the authors.

Today’s world economy is connected through social media and the Internet and has raised customer expectations for faster product delivery. Developing logistics strategies that embrace these expectations requires companies to look at things like the physical location of warehouses and the use of sophisticated software systems to receive purchase requests within a matter of seconds rather than days.

Because customer service satisfaction has become a basis on which companies drive business growth and profitability, using the best transportation system strengthens performance trade-offs to reduce shipping costs and ensure timely delivery of goods. These processes and systems are integral parts of a solid logistics

management system, emphasizing the importance of warehousing and transportation for customer service excellence for end-user product delivery[2].

Recent inevitable changes in global business are highlighting the important place of logistics in the development of global business and transnational corporations. In numerous sources of various scientific literature on logistics, it is noticeable that many developing countries has a lack of logistics facilities. The task of developing a proper and convenient logistics system in such countries need specific efforts both form governmental and private sectors. The authors of this paper imply that the most important factors of making logistics processes more useful and effective are: time value in logistics, technology of logistics, logistics as a competitive advantage[3]. So, the main factors which effecting to logistics processes are: time in logistics and technology in logistics and customer service (Figure 1).

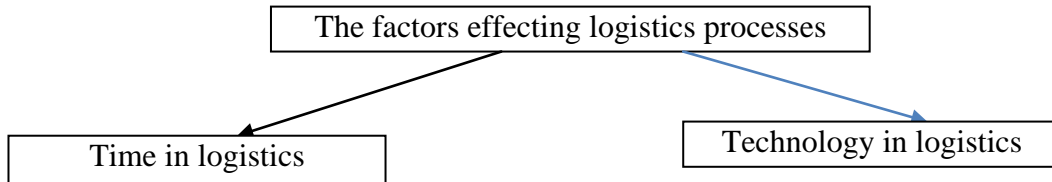


Figure 1

Time in logistics. As the global economy shrinks and slows down, manufacturers, suppliers, retailers, and merchandisers have to squeeze every ounce of efficiency from their operations. In the rush to cut costs, however, they sometimes overlook the impact that time has on the ability to sell more products or to be more efficient.

Time is a precious commodity in all businesses. When seeking to optimize supply chains it is important to look not just at cutting costs. True supply chain excellence can only be achieved by analyzing the time it takes for each element in the logistics operation; a time slice.

Many logistics providers understand how to cut costs, but only a few have mastered the ability to effectively manage the time it takes to perform each function of the supply chain. Many 3PLs offer expedited solutions only as a supplement to standard services. This approach can be ineffective because of the natural tension between more efficient standard modes and higher-cost expedited solutions.

There are three main issues of time that must be taken into consideration when disputing the importance of time in logistics (Figure 2).

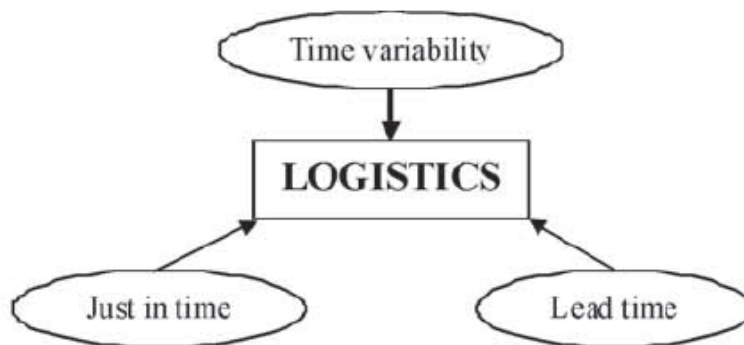


Figure 2. Time and logistics

Lead time is the period of time between the order placement and the receipt of the product order. It depends on the characteristics of goods, for example, whether it is manufactured after the order is placed or it is a product that already is in the warehouse. Lead-time is also dependant on the quality of planning of logistics services, management of the supply chain, and certainly the distance between consumers and suppliers. Sometimes lead-times can be quite lengthy, but that is not necessarily a big problem if the delivery is predictable and the demand is steady.

Just-in-time refers to a method of organizing manufacturing where inbound as well as outbound resources are kept to an absolute minimum and inputs appear at the place of production at the very spot where they come into the process of production.

Businesses depend on shipping products and knowing where those products are at all times. If a shipment has not arrived at its destination, their freight tracking system will let a company know where their shipment was last scanned. The drivers transporting these goods have it easy with information systems as well. With

the use of GPS mapping software, a driver can receive real time driving directions while heading towards their shipping destination. Newer GPS software even allows drivers to get real time information regarding the amount of traffic along their scheduled route. If their route is jammed with traffic then it may suggest an alternative route with less traffic on it. This is a huge advantage for a company's transportation needs because businesses thrive on having items arrive within a certain timeframe.

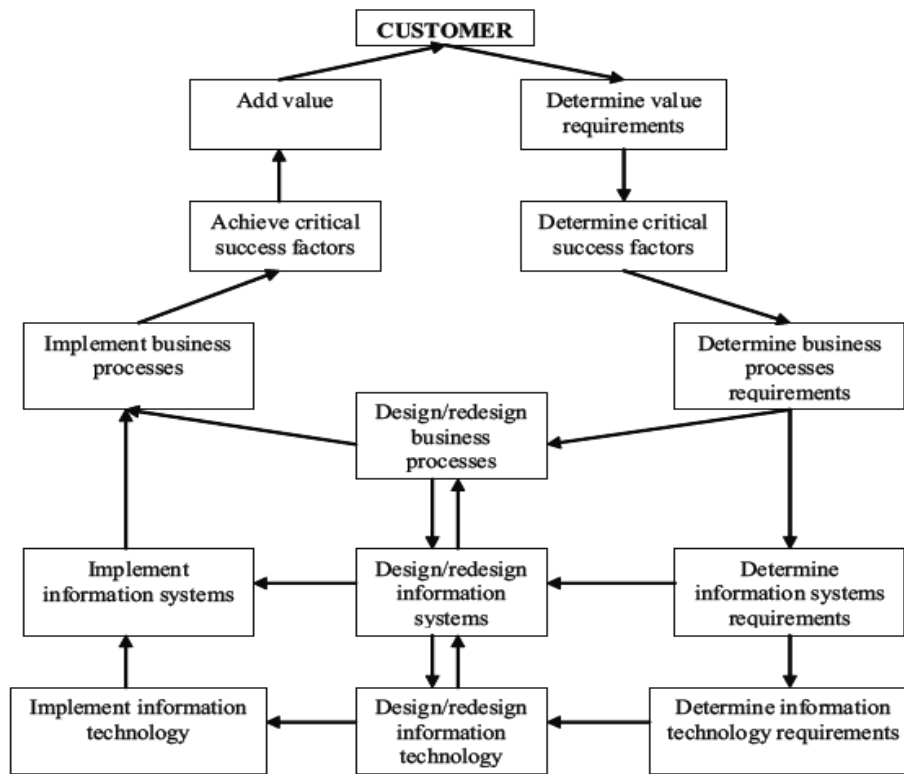


Figure 3. Integrating IT into logistics

Sometimes though, the amount of items that needs to be shipped can be overwhelming for a company to deal with. So, they'll implement a third party logistics system which outsources their transportation and logistics needs to other companies. It is no surprise how businesses simply cannot afford to be without information technology in this day and age[3].

Impact of logistics processes on competitiveness of DHL company. DHL is a division of the German logistics company Deutsche Post DHL providing international express mail services. Deutsche Post DHL is the world's largest logistics company operating around the world, particularly in sea and air mail.

Originally founded in 1969 to deliver documents between San Francisco and Honolulu, the company expanded its service throughout the world by the late 1970s. The company was primarily interested in offshore and inter-continental deliveries, but the success of FedEx prompted their own intra-US expansion starting in 1983. DHL expanded to countries that could not be served by any other delivery service, including Cuba, the Soviet Union, Eastern Bloc, Iraq, Iran, China, Vietnam and North Korea.

The business volume frequently exceeds a large level of minimum revenues - e.g., €500,000 to €1 million a year. An "open-book policy" is usually used in price calculations. This means that the data on which the price is calculated is open to both partners. This reduces the risk to the logistics service provider and the customer, compared to a fixed transaction rate or "closed-book" arrangement [1].

The terms "contract logistics," "3PL," "4PL" and "LLP"

Providers of contract logistics, system services or logistics solutions are frequently called third-party logistics providers (3PL) or full-service provider. A separate group is called fourth-party logistics providers (4PL). This group concentrates on an administrative area and offers consultation services. Lead logistics providers (LLP) coordinate several individual logistics-service providers and form a uniform interface to the customer. But they may not have their own logistics services, a characteristic that distinguishes them from conventional contract-logistics providers [8].

The market for contract logistics is extremely fragmented. In 2006, the world's largest share was maintained at 6.2 percent by DHL Exel Supply Chain.

The market for contract logistics is extremely fragmented. In 2006, the world's largest share was maintained at 6.2 percent by DHL Exel Supply Chain[8]. All other major providers had market shares of between 1 percent and 2 percent. The market is so strongly divided because a large amount of sector-specific know-how must be created in order to make a successful offer of contract-logistics services. For this reason, the use of a differentiation or niche strategy appears particularly promising in this market. As a result of reduced market shares, small and mid-sized companies are much more successful in contract logistics than they are in the traditional areas of TTS logistics [8].

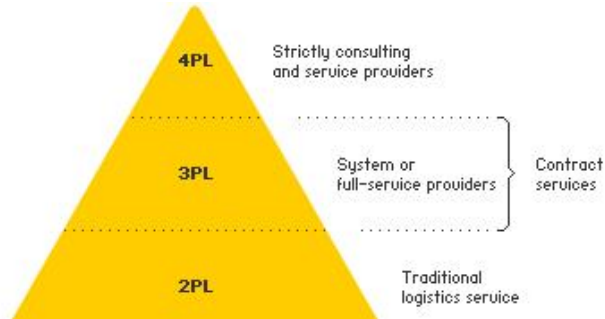


Figure 4. Definition of logistics services

The growing importance of international production networks, in which components are made or processed in multiple countries, makes logistical efficiency critical for businesses' ability to export.

High logistics costs or unpredictable delivery times can make it impossible for SMEs in developing countries to connect to international value chains. Many of the factors affecting transportation and communication within countries - from the quality of physical infrastructure to the competitiveness of the logistics sector - are not within the control of individual companies. However, there is much that SMEs can do to improve their own performance in resolving logistics bottlenecks, from transport and storage to inventory management and demand planning.

All too often, however, SMEs do not adequately understand trade logistics procedures and processes, and struggle to manage risks related to border clearance. At the same time, outdated legislation can often involve timeconsuming manual procedures - and government efforts to reform do not automatically include the private sector.

ITC is partnering with DHL to develop a programme of logistics advisory services for SME competitiveness.

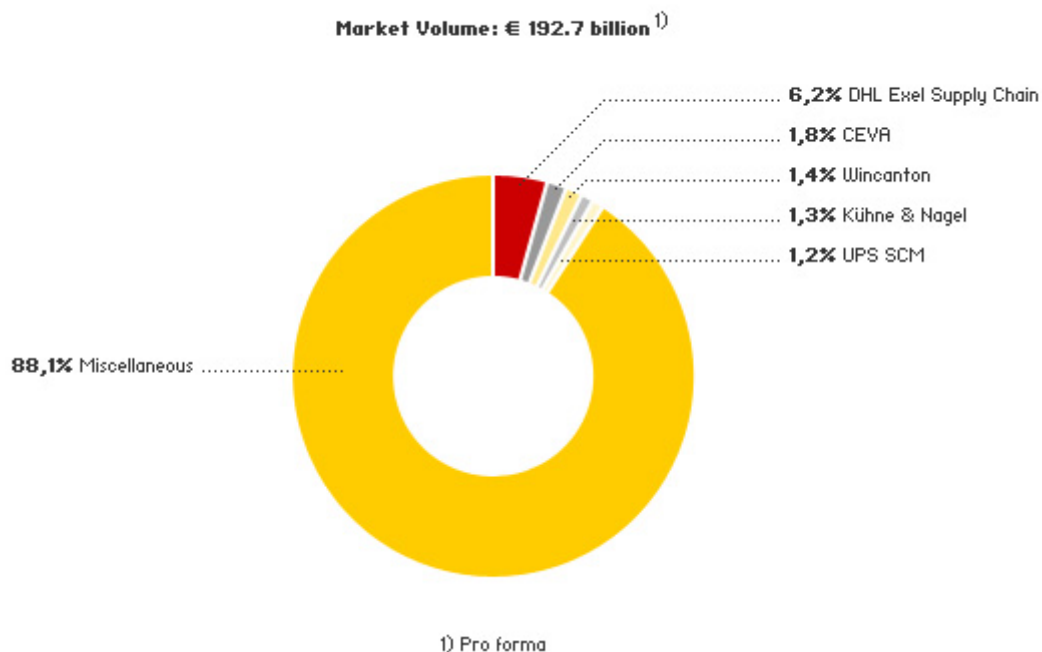


Figure 5. Market share of contract logistics 2014

The programme will work with companies as well as trade and investment support institutions (TISIs) to improve trade logistics performance, both operationally and in managerial terms. An additional goal is to build an understanding of basic logistics procedures related to exports and imports and broader supply chain management.

Advisory services will range across six core areas: business process management; export and import logistics relating to air, road, and ocean freight; e-commerce logistics and the use of state-of-the-art supply chain information technologies for inventory management and tracking; logistics-related market intelligence; customs clearance processes for regional economic zones; and distribution services.

Conclusion. From a historical perspective, the development of logistics system in any economy may be viewed as an evolutionary process. Starting with a primary, low level system that is characterized by limited storage and movement facilities forcing consumers to live near the production source, the system of logistics gradually develops over a period of time to meet the changing requirements for logistics of a given economy. Needless to say that the sophistication level of the «evolved» logistics system is largely a function of the country's infrastructure in which the system operates. Economy adapts the logistics system to meet its specific needs.

The costs of logistics have both dimensions: financial and time. The latter is becoming increasingly significant. Most providers of logistics services have skills how to cut costs, but only a very few possess the ability to manage the time it takes to carry out each operation of the supply chain in an effective way. Most of today's 3PLs offer expedited solutions only as an addition to common services. This attitude can be low effectiveness, because more effectiveness, because of the natural tension between more standard modes that are more efficient and expedited solutions that have higher costs.

Every section of the supply chain must be divided down in time values. It is useless for a producer to have a tough timeline for transportation and at the same time have no control over the time frame for other components of logistics. As each part of a supply chain is tied to a time frame, firms can easily increase the logistics policies effectiveness and gain a bigger value of marketing efforts.

The use of information technology on managing logistics plays an important role in making a company successful. Various studies on supply chain management that the company's success is heavily dependent on effective sharing of logistics IT. It is estimated that 87% of companies trusted logistics information technology (LIT). Logistics information technology (as a tool for information exchange) plays a vital role in a company's management of supply chain strategy.

In order to be globally competitive, businesses are organizing strategic world-wide networks that can deliver an effective and high quality response to demand from any section of the world market. The effective and integrated organization of such practice is often referred to as global logistics or supply chain management, and it has become the glamour of global competitive power.

References:

1. Savenkova of T.I. Logistic: Studies. a grant — M.: Omega, 2008. — 225 pages.
2. Thunders N.N., Persianov V.A. Management on transport. Studies. grant. — M.: Academy, 2012 — 186 pages.
3. Logistic transport and cargo systems: The textbook / Under the editorship of V. M. Nikolashin. — M.: Academy, 2014 — 242 pages.
4. Methodical instructions for the evaluation of strategic and program documents, including the form and procedure of reporting: Order of MERT RK №199 of October 1, 2010 [e-resource]. URL: minplan.gov.kz/economyabout/226/36507/ (access date 02.03.2014)
5. On the annual performance assessment system of the central public and local executive bodies of regions, cities of republican status and the capital: Order of the President of the Republic of Kazakhstan of March 19, 2010 № 954 [e-resource]. URL: http://www.akorda.kz/ru/allNews?category_id=43 (access date 02/03/2014).
6. www.dhl.com/DHL Global Official website.

MANAGEMENT LARGE-SCALE PROJECTS IN HIGH TECHNOLOGIES

Kozhahmetova A.K. – PhD student
Al-Farabi Kazakh National University

Large-scale projects play an important role in society and are an integral part of socio-economic activities and social development of modern civilization. The history of development of human society is always accompanied by a history of managing large-scale projects. Mega-projects in the sphere of high technologies, in contrast to a large, produce effects not only in economy, also in public life, often substantially changing the image of the world in people's minds. A simple example of this are space exploration, development of the Internet or using nuclear energy.

Successful implementation of such projects is the main driving force of economic development, the national economy and people's living standards. Therefore, in times of crisis and the need to create a knowledge-based economy in Kazakhstan, issues of implementation of large-scale, high-tech projects, is

very relevant for our country. Effective implementation of such projects will give a powerful impetus to the socio-economic, innovative development and prosperity of the country as a whole.

High-tech projects are classified as projects under development which uses the latest achievements and results of research and development projects in priority sectors of the economy. The main components of such projects are the latest high-end technologies. Managing these technologies considered by many foreign authors (Archibald, 2010; M. Jeffery, D. Yang, A. Feshbeyn, 2006).

One of the most promising high-tech projects of the country can be called the "Expo-2017. Energy of the Future", the implementation of which is engaged JSC" National Company "Astana EXPO-2017", under the guidance of the Ministry of Economy and Budget Planning of the Republic of Kazakhstan.

Attention is paid to the history of the exhibition, in order to determine the extent and significance of this event. History of the World exhibition begins with the "Great Exhibition of industrial works of all peoples", held in London in 1851, and continues to this day. Significant results of the exhibition can be called the invention of the telephone (1876), X-ray machine (1901), touch screen (1939), mobile phone (1970), as well as the first serial television, the IMAX system and IBM computers. All these things received global recognition and commercial using after showed at the World Exhibitions.

Exhibition "Astana EXPO 2017" to be held in Astana under the slogan "Energy of the Future", conceived as a large-scale comprehensive project, whose theme is energy, causing deep multilateral interest that allows us to consider it as a factor determining the existence of the community and daily life in these communities.

The idea of "Energy of the Future" project is to raise awareness of solutions and methods, providing the management of sustainable energy sources.

"Energy of the Future" project puts specific goal - to explore the strategies, programs and technologies aimed at the development of sustainable energy sources, improving the reliability and efficiency of energy supply, promote the use of renewable energy sources and to show visitors the need for their active participation in the development and implementation of the plan of energy-efficient production and effective use of energy resources.

The exhibition will be located in an area of 173.4 hectares, of which 25 hectares will take the exhibition itself, and 148.4 hectares set aside for infrastructure facilities (houses, hotels, restaurants, etc.). EXPO-2017 will last 93 days, or 3 months, from June 10 to September 10, 2017. It is expected that the exhibition will be attended by more than 100 participating countries and 10 international organizations. The planned number of tourists - 2 million people, the number of visits - 5 million. By the way, this will be the first such exhibition, not only in CIS, but also in the entire Central Asian region.

In the following illustrations you can see a detailed description of the EXPO infrastructure.

From the above figure shows both the breadth and modernizing the infrastructure of the project.

After the exhibition EXPO town will become a residential area with its own infrastructure, and in the exhibition halls will open offices, convention centers, museums and other sites of the city and republican values. In addition, the research center will open its doors for young scientists, researchers and students. [3]

The cost of the exhibition EXPO-2017 is estimated at three billion dollars, of which 1,200 million dollars has already attracted investors from Kazakhstan. Among Kazakhstani investors called construction company BI Group, "Basis A" and "SredAzElektroMontazh". Construction and installation work is still underway, so these financial indicators can grow.



Figure 2. Infrastructure "EXPO-2017" [3]



Figure 3. Exhibition Complex "Expo-2017" [3]

According to IPA (Independent Project Analysis) 65% of the world's mega-projects end in failure, and the PMI (Project Management Institute) believe that - "2/3 projects do not reach their goals, and 17% completely fail"

If you refer to foreign experience, according to experts, for example, an exhibition in Shanghai in 2010, the organizers brought 12 billion dollars. The event was visited by 73 million people. However, in 2000 world fair in Hannover did not meet the expectations of the organizers. Instead of the expected 40 million visitors to the exhibition summed total of 18 million. As a result the amount of losses amounted to about 1.2 billion euro.

The exhibition EXPO-2017 in Astana, according to experts, can bring from 520 million to 910 million dollars, according to an analysis conducted by Exclusive.kz. EXPO-2017 may visit from 4 million to 7 million people. According to the analysis of specialized exhibitions in recent years, one visitor, "brings" to the income of about 130 dollars. The price of admission to the recent exhibitions was about \$ 30. [4]

To achieve the desired results and ensure the successful implementation of the whole project JSC "National Company" Astana EXPO-2017 "uses the corporate governance system. The Company considers corporate governance as a useful tool for enhancing the performance and development, strengthen the reputation, the credibility of investors, the expansion of the international nature of the investment.

To begin to understand what project management tools are used, in what angle and how effective they are, consider the application of project management techniques in three main areas: project initiation, project planning and implementation. That is to try to understand the project on the bones.

It is known that 1-profile project initiation covers project understanding of the context, or rather, questions such as why he has been selected and approved for that meet the project leaders and what their functions are, what is the importance of the project, selection of project concept, management of conflicts and art negotiation, project organization and staffing of the project team.

In the first section we can say that the project has been chosen because it corresponds to the wishes and preferences of the customer, or rather the state, and meet the requirements of international standards. The basic concept and goal of the project, so as its value has been described above. If you touch the leaders of the project, they favor joint-stock company "National Company" Astana EXPO-2017 ", represented by the Chairman of the Board.

Furthermore, we had a law about the organization and holding of EXPO, which governs all aspects of the project.

In addition, in project involved a person engaged in conflict management and negotiation skill - Commissioner-EXPO. On his shoulders is assigned a number of important tasks and functions as an interaction in the framework of its competence with foreign exhibitors participated in the development of normative legal acts of the Republic of Kazakhstan relating to the issues of preparation and implementation, conflict resolution, and more.

To familiarize with the project team should pay attention to the organizational structure of the company.

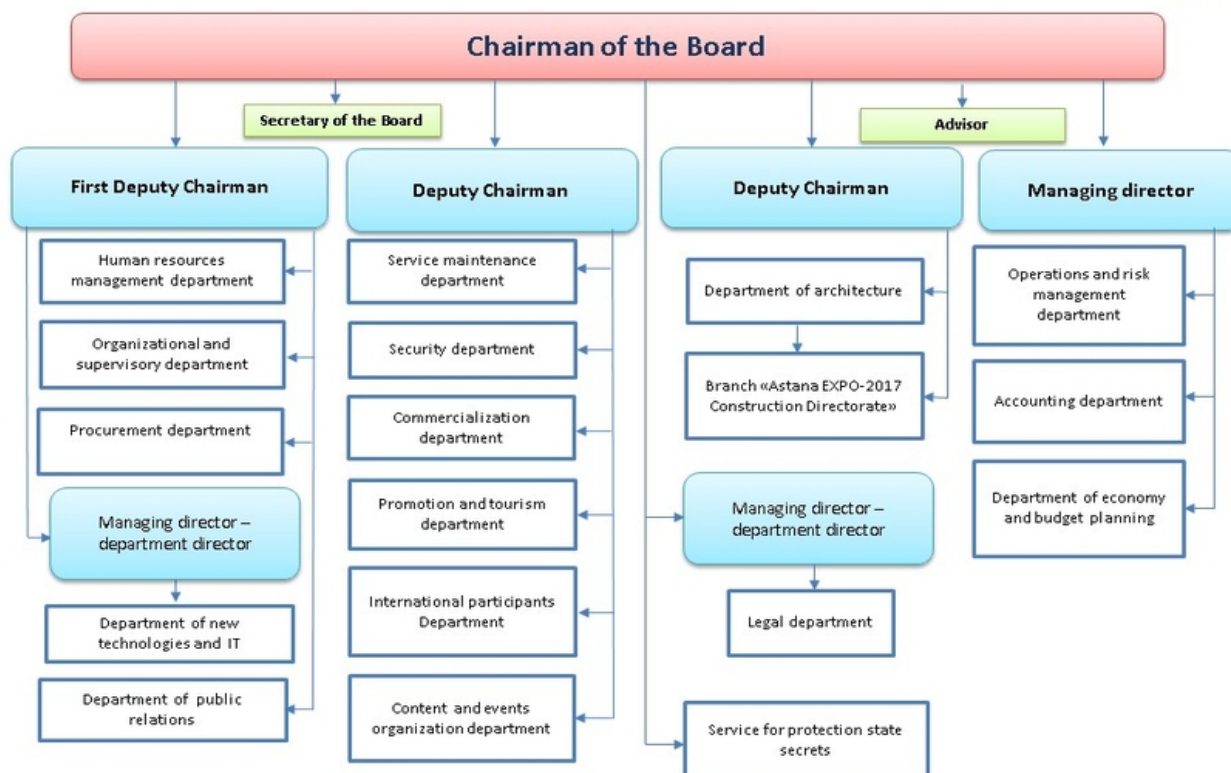


Figure 3. The organizational structure of the company "Astana EXPO-2017"

As can be seen from the figure, the company consists of several departments, among which there is the Department of operational control and risk management, human resource management department, which is very important in the implementation of project management.

Activities of the above units covers the second area, the section of the draft plan, which includes scheduling and risk management, budgeting, scheduling, resource allocation.

The Government of Kazakhstan approved the National Plan for the organization and holding of the International specialized exhibition EXPO-2017 for 2013 - 2018.

The National Plan describes all the stages of organizing and holding of EXPO-2017.

If you go back to the organizational structure of the company, the existence of the Department of operational control and risk management shows that in the planning of the project takes into account the possible threats and risks that may arise in the implementation of the project. Accordingly, the Department is working on cost and risk assessment, and to address these risks.

In accounting and organization of project includes the following costs: the use of floor space, rental of equipment, technical support; electrical connection, as agreed conditions of energy saving services, manufacturing and sale of tickets, arrangement of expositions, organization of events, national days, exhibitions advertising in the media, postal and courier services (for foreigners) and so on.

If you watch the world experience, then at Expo usually spent between 5 and 17 billion euro. Kazakhstan exhibition, given its budget of 3 billion dollars, is expected to become famous exhibition with the most effective budget.

For example, tickets for the "EXPO" will cost from 28 euro. Through ticket sales exhibition organizers are planning to get 82.3 million euro, in general, the presumed income from the exhibition should be at least 283 million euro. The main part of revenues are approximately 147.5 million euro will be held at the expense of sponsors and partners. [5]

If you go on a 3-phase, that is, the implementation of the project, it can be said that he is considering monitoring and information systems, control, audit and final stage of the project - the completion of the project.

During implementation of the project requires the solution of the problem of the correct allocation of resources such as labor, money, time spent on the provision of services and security problem.

Significant reduction in these costs and in improving service levels, as well as the solution of these problems with innovative methods will contribute to the use of RFID systems (radio frequency identification – RFID).

With the help of RFID - the system will register visitors and track the movement of visitors, schedule of events visit, collects useful statistics: you can determine which attracted the largest number of visitors, which did not go at all. Thus, RFID system is used for accounting.

It is also not less important function of the Internal Audit Service. This body controls over financial and economic activities of the society, assess of internal control and risk management.

Thus, the above facts clearly reflect the level of application of high-tech project management elements in the implementation of high-tech project "EXPO. Energy of the Future. "

A result of work identified disadvantages, which will be listed below.

The main drawback - is that the project cost exceeded the limits. Above it was mentioned that the project budget is \$ 3 billion, and these figures may rise, since the construction of the project facilities and infrastructure has not been completed. Accordingly, there are risks concerning the timing of completion of construction, the increase in the project cost and the deterioration of the quality of the project. On the official resource has not detailed information about the account of specific costs and risks assessment.

According to the indicators of international experience in the US cities worldwide exhibitions were held 20 times. In Paris - 9, Belgium - 8, in Spain - five times, in Italy - 4 times, three times - in England and Japan. According to the Internet, for their participation in these "games" prosecuted 50 members of the organizing committees. This trend occurred in this case. During the year several persons involved in the project have been held criminally liable for the misuse of project funds. This indicates that the control and audit of project management was not held at the proper level. [7]

One of the main drawbacks is that the implementation of this high-tech project by specialists, untrained technicians to project management. This shows a lack of strength and as a project team that endangers the success of the project as a whole.

The following measures are proposed to take to overcome the above drawbacks.

First, we should address the development of project staff as well as the preparation and cultivation of their own qualified staff not only creates motivation among employees of a lower level of growth, but also reduces the cost of expensive external search for managers and consultants. Availability of highly qualified staff will help solve a number of problems, such as quality control and the successful implementation of the project.

High-tech projects are highly risky. The probability of overspending resources is high. In such projects the organization will be based on the prospects of profit in the long run, increase market share, more activities or technological capabilities. Therefore it is necessary to focus on risk management. Thus, the purpose, content, characteristics and features of the high-tech project create a need for a new management approach.

References:

1. R. D. Archibald (2010). Managing high technology programs and projects. 396 p.
2. M. Jeffery, D. Yang, A. Gershbeyn. (2008). A&D High Tech (A): Managing Projects for Success. Kellogg School of Management.
3. "Business partnership", available at: www.expo2017astana.com
4. https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/dohodyi-EXPO-2017-mogut-sostavit-900-millionov-dollarov-227200/ APA Style (2011). Available at: <http://www.apastyle.org/apa-style-help.aspx> (accessed 5 February 2011)
5. <https://kapital.kz/economic/41163/eks-po-2017-v-cifrah.html><http://www.caravan.kz/gazeta/ehkspo2017-melkie-problemy-bolshogo-gostepriimstva-85867/>
6. <http://www.caravan.kz/gazeta/kak-vorovali-na-ehkspo-vo-vsem-mire-87856/>

THE DEVELOPMENT OF SME IN KAZAKHSTAN: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Khudaibergenova S. – PhD student
Al-Farabi Kazakh National University

The development of small and medium enterprises (SME) can be considered as the basis of any successful economy. From the experience of developed countries it becomes obvious that the development of small and medium enterprises creates positive conditions for the sustainable economic growth. The benefits like the formation and development of competitive environment, solution of the problems of regional monopolies, implementation of achieved scientific and technological progress, creation of new work places,

effective use the tangible and intangible resources, increased export potential, increasing tax revenues are positive consequences of well-developed market economy.

In Kazakhstan, the development of small and medium enterprises is one of the priorities of state policy. Its successful implementation determines the further economic and political development of the country. Currently, the country established a certain basis for the development of small and medium-sized businesses. The number of registered small businesses in the country is increasing annually. The share of small and medium-sized businesses in the country's GDP is around 25% in the private sector employs over 60% of the employed population [1].

However, there is not enough focus on small business trade and the manufacturing sector. For example, more than 46% of active small businesses are concentrated in trade, repairing of motor vehicles and household goods, 14% - in construction, 12.1% - in the sphere of real estate operations, renting and business services, 10.9% - in industry [2]. This involves the creation of favorable conditions for the transfer of small and medium-sized businesses in the manufacturing sector, as well as strengthening its position in the service sector.

Competitive and export-oriented industries are at a higher level of business and have more opportunities. In this context, creating new technology-based companies, is considered as the strengthening tool for cooperation between higher educational institutions and industry. In recent years, the state designates this area as the most priority, allocating significant budgetary funds to support it.

However, despite the government is taking actions for the development of small and medium-sized businesses in this area, there are still some unsolved serious problems. These problems are the following:

1. Ineffective implementation of the adopted documents at the state level in the field of small and medium-sized enterprises.

In addition, there is no comprehensive national strategy for the development of small and medium-sized businesses, in which the reduction of administrative barriers would be provided, first of all inspections by the supervisory bodies, as well as the possibility of further reducing the tax burden. So, today in Kazakhstan there are more than 700 thousand small businesses, however, only 30% of them are actively functioning [3].

2. Underutilized budget aimed at supporting small and medium-sized businesses.

A serious problem for small and medium business of the Republic is underutilized budget funds intended to support small and medium-sized enterprises.

3. The complexity of the output of small and medium enterprises of Kazakhstan to foreign markets. Nowadays, there is no clear system to ensure this process in the country. Small and medium-sized enterprises often cannot conduct marketing of foreign markets due to the lack of both professional and financial resources.

4. Strengthening of staffing problems.

Because of dissatisfaction with the state financing the sphere of science there is a reduction of the scientific potential in the field of small and medium-sized businesses. On the lower level there is the production of high-tech products, defining the technical and technological level of enterprises. Negative processes affected both fundamental and applied sciences, and the introduction of scientific and technical progress.

5. The concentration of a certain part of small and medium businesses in the shadow sector.

Despite the fact that underwent a deliberate policy on the improvement of the legal framework of functioning enterprises, measures are taken to combat poverty, as well as the state administration of taxes and customs duties, the share of shadow economy has made in recent years, 21.3% of GDP.

Currently, unfortunately, there is a tendency, when the owners of small and medium-sized businesses seeking to invest not in the further development of production and creation of new jobs, and in the purchase of real estate, particularly land, which guarantees the anonymity of the owner and the possibility of evasion tax in full. Investing money in buying land, especially in urban areas, leads to the fact that the investment process is constrained, freeze funds that could be invested in the production. The current trend also inhibits the formation of the stock market in the country.

6. The low level of competitiveness of domestic enterprises.

At the moment, the local enterprises the low level of productivity. Thus, the level of electricity consumption for \$ 1 of GDP and labor productivity in the manufacturing sector of the economy Kazakhstan is behind a number of industrialized countries more than 7-10 times [4].

One of the main reasons for the low level of competitiveness of small and medium-sized businesses is a strong depreciation of fixed assets in enterprises. Of course, the worn-out and obsolete equipment is not only unable to produce a competitive product, but also leads to a decrease in productivity.

In recent years this problem has become particularly important since there is a low level of quality coming to market domestic goods, which produces small and medium-sized enterprises.

The low level of competitiveness of the goods leads to an increase in the number of imported goods, which is a serious problem in terms of Kazakhstan's accession to the World Trade Organization.

In this regard, we believe that current trends of development of small and medium business in Kazakhstan the following actions should be done:

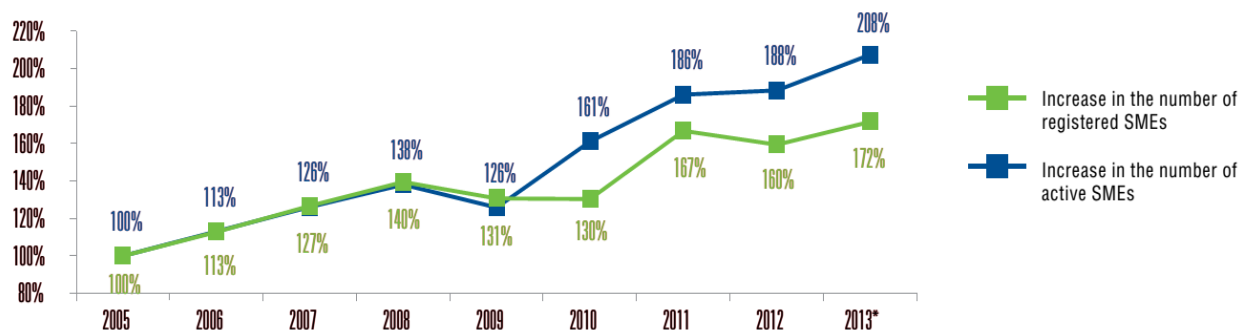
- a) Further improvements in the regulatory framework.
- b) Involvement of small and medium-sized businesses in the formation of clusters.
- c) Conduct a regional policy to enhance the competitiveness of small and medium-sized businesses.

As we know, the role of support from the government is essential for the further development of the economy. In case of our country, it becomes obvious that without the state support of small and medium entrepreneurship this sector will not have any development. When we talk about the state support, the first organization which comes to mind is JSC “Damu”. This organization is an entrepreneurship development fund operating throughout the country. The main aims of the JSC are to support entrepreneurs, to expand the range of products to support domestic business, providing with loans, financing of franchise deals, etc. Nowadays, the organization won the reputation of a trustful and sustainably operating fund. According to the 2015 annual report 6700 projects were subsidized, 2,3 billion tenge was received by first-time entrepreneurs and 1221 projects of domestic producers provided with funding. [5]

One of the examples of successful implementation of the programs under the control of “Damu” is the exhibition called “Made in Kazakhstan” which was held in May 2016. During this big event more than 300 domestic manufacturers have introduced about 5 thousand items of the products of their own. This exhibition became one of the biggest steps in the development of Kazakhstani economy. First and foremost this is because the SME is the driving force of the successful economy.

One more important institution for the state support of small and medium-sized entrepreneurship is the Holding company “Baiterek”. With their active participation over 1,6 billion tenge was allocated to the development of 51 innovation projects. These innovation projects covers different fields.

When we consider small and medium sized entrepreneurship we should take into account the fact that we have different regions with different level of development. The highest level of actively operating small and medium-sized businesses are registered in the South and West parts of Kazakhstan and the cities of Almaty and Pavlodar. These destinations can be considered as the leaders in the sector. On the other hand, Almaty has the highest number of people employed.



Note: Drawn up based on the data of the RK Statistics Agency (www.stat.gov.kz)
 *2013 data is based on the latest information currently available

As we can observe from the table, about ten years ago the number of registered and active SME representatives were approximately the same [6]. But the situation has dramatically changed by 2010 when it became obvious that there is a big gap between registered SME and actively operating SME representatives. If we take into account the latest year available we can notice that the number of active small and medium-sized entrepreneurship has increased. From 2011 to 2012 there was a fell in this number, after 2012 the situation started to change to the good side. We understand, that the big difference between just registered and active SME is not good for the sustainable economic growth. When we make this difference less obvious then the economy will start to flourishing.

References:

1. From the message of the President N.A. Nazarbayev “New Kazakhstan in a New World”, 2007
2. From the Message of the President of the Republic of Kazakhstan N.A. Nazarbayev to the citizens of Kazakhstan. Kazakhstan on the way of accelerated economic, social and political modernization. February, 2005.
3. Kenzheguzin M.B. Industrial and Innovative Development of the Republic of Kazakhstan - The Policy, 2003, № 3, s.4-7.

4. From the message of the President N.A. Nazarbayev "New Kazakhstan in a New World", 2007
5. 2015 Report on SME development in Kazakhstan and its regions, Almaty, 2016 Issue №8 pp 7-8
6. Statistics agency of the Republic of Kazakhstan (www.stat.gov.kz)

THE COMPETITIVENESS OF KAZAKHSTAN'S ECONOMY

Kupeshova S.T. – Associate Professor, Candidate of Economic Sciences

Al-Farabi Kazakh national University

The article analyzes the competitiveness and innovation potential of the economy of Kazakhstan based on global indices of various international organizations. Showing the country's achievements and weaknesses in these areas.

In the developed Strategic Plan of Development of Kazakhstan till 2020 priority actions that create conditions for post-crisis development of the country, focused on improving the business and investment climate, strengthening the country's financial system and improving the efficiency of public administration. Qualitative growth in the economy will be based on the physical infrastructure modernization, human resource development and strengthening of the institutional framework to facilitate accelerated industrial-innovative development of the country. One of the strategic goals set by the President of the Republic of Kazakhstan N.A. Nazarbayev, was the country's entry into the 50 most competitive countries with a favorable business climate that allows to attract significant foreign investments in non-primary sector of the economy.

According to the Global Competitiveness Report of the World Economic Forum for 2012-2013, Kazakhstan took the 50th place in the ranking of the most competitive countries of the world. The Global Competitiveness Index of the World Economic Forum's ranking of countries in terms of the competitiveness of their economies by assessing 12 performance indicators. "Kazakhstan raised its rating on the 1 position and took the 50th place in this year. The advantages of the country are a flexible and efficient labor market (15) and a stable macroeconomic environment (23), while many countries are not effective in these areas. The main challenges for Kazakhstan are the areas of health and primary education (97), the competitiveness of companies (94), as well as potential potential for innovation (84) "[1, 257].

It should be noted that this position is the best in the history of Kazakhstan's participation in the ranking of the Global Competitiveness Index (GCI) in 2005. Kazakhstan is the second result among the CIS countries after Azerbaijan (39th place). Russia occupies 64th place, Georgia - 72th, Armenia - 79th, Ukraine - 84th, Moldova - 89th, Kyrgyz Republic - 121th place. Tajikistan this year did not submit their data.

Improving positions of Kazakhstan was observed in most factors of competitiveness, however, there was a decrease in some positions. The most significant progress was noted by the factor of innovative potential (84; 19), in which Kazakhstan has improved its ranking by 19 positions. There have been positive changes for items such as the Institutes (55; 11), financial market development (103, 12) and the market efficiency of goods and services (56; 15).

Table 1 - Ranking of Kazakhstan in the Global Competitiveness Index for 2012-2013

Factors	2012	2013	Change
Overall rating of Kazakhstan	51	50	1
I.Group: General requirements	47	48	-1
Institutions	66	55	11
Infrastructure	67	62	5
Microeconomic environment	16	23	-7
Health and primary education	92	97	-5
II.Factors efficiency	56	53	3
Higher education and training	58	54	4

Efficiency of the market for goods and services	71	56	15
Labor market efficiency	19	15	4
Financial market development	115	103	12
Technological readiness	55	57	-2
Market size	55	54	1
III.Group: Factors of innovative development	104	87	17
The competitiveness of companies	9	94	5
Innovation potential	103	84	19

Since 2012, the Global Competitiveness Index (GCI) Kazakhstan participates as countries with economies in transition from the 2nd stage (stage of effective development) to the 3rd stage of development (stage of innovation development).

The total average rating of Kazakhstan is 4.41 (4.38 in 2012), which allows the country to stay in the ranking between Italy (49) and Portugal (51). For the fifth year in a row in the championship ranking keeps Switzerland (1st place in the rating, unchanged compared to the previous year). Three most competitive countries of the world remains unchanged. It - Switzerland (1), Singapore (2) and Finland (3). In the 10 most competitive countries of the world dominated by European countries. Also in the 10-ke are 3 Asian countries, including Singapore is the second competitive country in the world, and Hong Kong and Japan took seventh and ninth places, respectively. This year for the first time the United States improved its ranking, rising by 2 points in the last four years. It is important to note that the country's best 10's are characterized by a high level of innovation and a strong institutional environment.

Comprehensive assessment of the level of development of the innovation sphere in Kazakhstan and some other countries is shown in Figure 1.

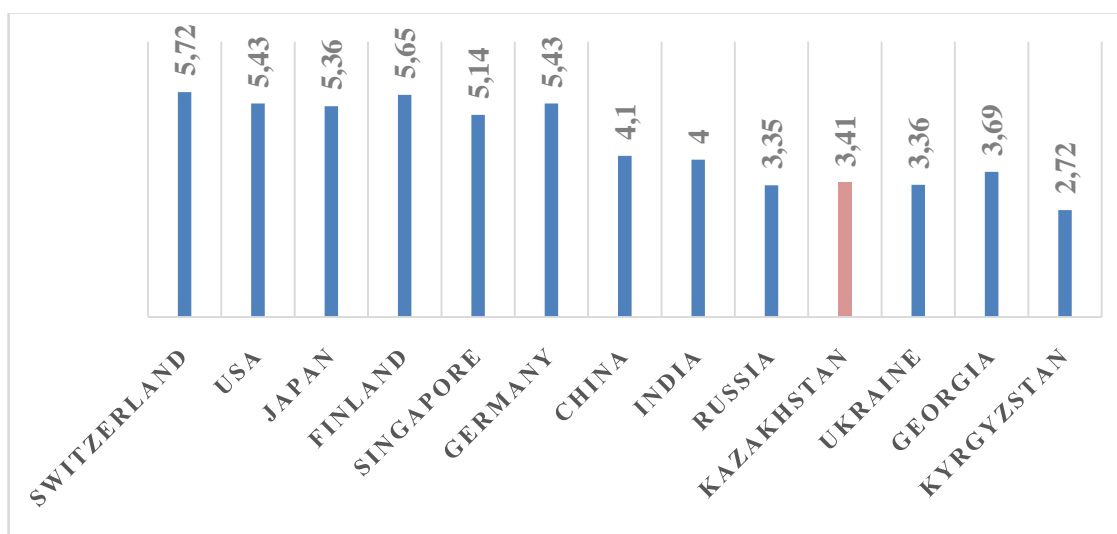


Figure 1 - The index of the level of innovation, 2013

Changes in the rating of innovative development of Kazakhstan for the period 2005-2013 years are presented, in Table 2.

Components	Years									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
Innovation potential	59	70	75	62	78	102	116	103	84	
Ability to innovate	-	62	64	50	50	75	101	92	74	
Quality of the research organization	52	53	63	58	80	112	121	108	102	
Company costs for research and	44	57	65	62	60	84	107	94	77	

development									
Cooperation of universities and business in research and development	54	63	71	64	77	111	119	90	79
State procurement of high-tech products	45	56	62	59	62	83	93	71	58
Availability of scientists and engineers	88	100	98	83	74	91	106	104	98
Patents per 1 million. people	69	67	83	72	85	81	81	65	67

As we can see from Table 2, Kazakhstan has consistently improved its position in the ranking, moving up consistently. Although it should be noted that in the pre-crisis period of Kazakhstan on the development of innovation was on 59 place in the ranking of 104 countries. In addition to these indicators, also taken account of the boom and the following innovation index components, such as:

- Technological innovation and the degree of penetration,
- Technological readiness,
- The introduction of technology at the enterprise level,
- The prevalence of foreign technology licensing,
- As far as direct investments bring new technologies to the country,
- The quality of science and mathematics education, cooperation of universities and industry in research and development,
- The quality of R & D institutions and scientific and technical equipment,
- Protection of intellectual property, access to venture capital

Ease of initiatives in business, the level of administrative barriers. In addition to the WEF rankings, there are other indices of innovative development, in which Kazakhstan is also present. The most famous in the world of theory and practice of comparative analysis of the innovation development of the countries are as follows:

The Global Innovation Index (Index, GII), which is calculated by the analytical center of the Lausanne business school INSEAD, Switzerland.

International BCG Innovation Index (Index BCG, mff BCG), which is calculated by experts of Boston Consulting Group, USA.

innovation capacity index of international research structure EFD -Global Consulting Network.

Innovation Index of the European innovation scoreboard (Eigoreap Innovation Scoreboard Summary Innovation Index, SII).

The above indices differ in their components, algorithm integration and scale of values of the indicators. The most relevant and popular among the experts is considered by the Global Innovation Index INSEAD.

INSEAD Global Innovation Index is calculated since 2007. The business school INSEAD experts. The Global Innovation Index is composed of 80 different variables that describe in detail the innovative development of countries at different levels of economic development. The index is calculated as a weighted sum of the scores of the two groups of indicators:

Disposable resources and conditions for innovation: Institutions;

- Human capital and research;
- Infrastructure;
- The development of the internal market;
- Business Development.
- Achieved practical results of the innovation (Innovation Output):
- The development of technology and knowledge-based economy;

The results of creative activity. Thus, the final index is the ratio of costs and effects, allowing you to objectively evaluate the effectiveness of efforts to develop innovations in one country or another.

BCG International Innovation Index is calculated in US according to the method of the Boston Consulting Group. GII BCG index includes six sub-indices:

- Fiscal Policy;

Other policies (education policy, trade policy, regulatory policy, intellectual property policy, immigration policy, infrastructure policy).

- Other policies (education policy, trade policy, regulatory policy, intellectual sobstven–nosti policy, immigration policy, in the infra-structure of the policy);

- innovative environment (public education, quality of the workforce, quality of infrastructure, the business environment);
- R & D results (R & D investments, publications and knowledge transfer, etc.);
- Business performance (high-tech exports, productivity);
- The impact of innovation on society.

The focus of the BCG model focuses on the cash flow of the organization, which is sent either to conduct transactions in a particular business area, or arises as a result of such operations.

It is believed that the level of income, and cash flow is in a very strong function of the rate of market growth and relative share of the organization in this market. The rate of growth of the business organization determine the pace at which the organization will use the money cash.

The BCG model basic business objectives of the organization suggests the growth rate of profits and the masses. At the same set of allowed strategic decisions as to how to achieve these goals, limited to four options:

- Increasing the share of business organization in the market.
- The struggle for the preservation of the share of the business organization in the market
- Maximum use of the organization of business position in the market.
- Exemption from this type of business.

These decisions suggest that BCG model depends on the type of business organization in the strategic space. Currently, an international innovation index company no longer expects to focusing on a model calculation of the Index's top 50 innovative companies.

Index of innovative features (Innovation Capacity Index, ICI) calculated an international research structure EFD – Global Network. The calculation uses the following indicators: indicators on innovation expenditures, product innovation, its own means of financing innovation, new technology and education personnel. ICI index includes five sub-indices with variable 61:

- human capital, training and social integration;
- Institutional environment;
- Use of IT (information technology);
- R & D (research and development);
- legal framework.
- European Innovation scoreboard Index - Innovation Union Scoreboard (IUS)

At the beginning of the 2000s as part of a Eurobarometer poll, conducted by the European Commission, was carried out an additional survey Innobarometr, the results of which have been issued in the form of the corresponding report. In the future, this survey has become an annual event. In 2010, Inna Barometer was dedicated to innovation in the public sector and was conducted among 4000 European public organizations. The results showed that the organizational and process innovations are gaining more and more widespread in government agencies, that is embodied in simplifying customer access to information, better quality to meet their needs, as well as the improvement of the working conditions of civil servants.

The methodology of calculation of these indices improved every year, and is reflected in the annual report entitled "Scoreboard innovative achievements of the European Union (Eigoreap shpouaiop Scoreboard)". 2010 in connection with the advent of the European Union initiative "Innovation Union", which aims to increase innovation activity of the EU economy by 2014 and envisages the creation of a single European Research Area report was named "Innovation Union Scoreboard".

This study was carried out to identify the threats and opportunities in the sphere of innovations for certain regions and countries. Under the innovation in the economic sense, the European Commission's experts understand the successful implementation of ideas in the market or improved product, process or service. Following this interpretation, the comparison of the innovation capacity of States regarded as a comparison of specific criteria for defining the innovative base of innovative activity (quantitative characteristics), innovative development (qualitative characteristics).

In 2009, the innovative development index is calculated on 29 indicators, however, in the report for the year 2010 their number was reduced to 25 indicators that better cover the development of the national innovation system.. At the same time 19 indicators were collected were combined and developed 5 new from the previous report, 2 indicators.

The report (the IUS) state also differentiated by average annual growth in the innovative development of the five-year period (this is made corresponding matrix).

As we can see, these indices are complex hierarchical measuring systems. A comparison of these indices also shows that these indices are different set of blocks, the content and the number of variables, the algorithm information integration and scale of values of the indices, making it difficult to compare the results

of measurement of innovation development of countries, particularly Kazakhstan. Let us consider in detail the index from INSEAD.

International Business School the INSEAD, Cornell University (Cornell University), and the World Intellectual Property Organization (World Intellectual Property Organization, WIPO) presented an analytical report "Global Innovation Index 2013» (Global Innovation Index 2013), in which Kazakhstan on the level of innovation has taken 84 place among the 142 countries of the world. It should be noted, despite the differences in the methods of calculating ratings, GIK WEF in 2013 Kazakhstan is also on the 84 place on the innovation potential.

This research holds INSEAD since 2007, and currently it is the most comprehensive set of indicators of innovation development in different countries of the world. In 2013, the study covers 142 countries, which together produce 98.7% of world GDP and are home to 94.9% of the global population. The Global Innovation Index is composed of 80 different variables that describe in detail the innovative development of countries at different levels of economic development. The study's authors believe that the success of the economy is linked as with the presence of the innovation potential and the conditions for its implementation. Therefore, the index is calculated as a weighted sum of the scores of the two groups of indicators

- the resources and conditions for innovation:
- Achieved practical results of the innovation (InnovationOutput):

The final index is the weighted average cost ratio and the effect that makes it possible to objectively evaluate the effectiveness of efforts to promote innovation on a global scale. Also, given the index of efficiency of innovations, which is calculated as the ratio between the cost of innovation subindex subindex and effect (results) innovation. This, the rating of the global innovation index (GII) INSEAD represented by four major evaluations - the overall index, the two sub-indices and the index of the effectiveness of innovation.

The analysis shows that the top ten world leaders in the field of innovation has not changed compared to the previous year. (Tab. 3) таблица

Table -3 countries - participants rated INSEAD, the sample for 2012-2013

Country	Total score (0-100) / in the ranking		Total score (0-100) / in the ranking		Sub-index costs/ place		The effect of sub-index/ place		Sub-index costs/ place		The effect of sub-index/ place	
	2012	3	2013	5	2012	7	2012	9	2013	11	2013	13
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Switzerland	68.2	1	66.59	1	68.0	4	68.5	1	66.52	7	66.65	1
Sweden	64.8	2	61.36	2	68.8	3	60.7	2	67.86	5	54.86	3
Singapore	63.5	3	59.41	8	74.9	1	52.0	11	72.27	1	46.56	18
Finland	61.8	4	59.51	6	67.5	6	56.1	5	66.67	6	52.35	8
United Kingdom	61.2	5	61.25	3	68.0	5	54.5	6	68.50	4	54.30	4
Netherlands	60.5	6	61.14	4	62.9	15	58.2	3	64.18	10	58.09	2
Denmark	59.9	7	58.34	9	67.4	8	52.5	9	66.34	8	50.35	14
Hong Kong	58.7	8	59.43	7	72.0	2	45.5	25	70.65	2	48.21	15
Ireland	58.7	9	57.91	10	67.4	7	49.9	14	64.09	12	51.73	11
USA	57.7	10	60.35	5	66.3	9	49.1	16	69.19	3	51.42	12
Kazakhstan	31.9	84	32.73	84	41.4	67	22.4	105	49.72	69	24.73	10
Russia	37.9	51	37.2	62	42.0	60	33.8	49	43.77	52	30.62	72
Latvia	47.0	30	45.24	33	51.4	36	42.6	27	51.107	33	39.37	37

Source: compiled by the authors based on the report data INSEAD, 2013

In the ranking of countries in terms of innovation capabilities and results continue to lead Switzerland. It is followed by Sweden, the United Kingdom, the Netherlands, United States, Finland, Hong Kong, Singapore, Denmark and Ireland.

Indicators Sweden and Switzerland indicate that both countries occupy a leading position in all the criteria of the Index, consistently getting into the list of 25 countries with the best performance. United Kingdom demonstrates a well balanced performance in innovation (taking fourth place as a cost, and the results of innovative activities), despite the relatively low growth of labor productivity. The United States, which still enjoy preimuschestvami its powerful educational base (this applies in particular to the leading universities), significantly increased the cost of software development and employment in knowledge-intensive industries. The last time the United States entered the top five in 2009, when they occupied the first place.

The countries with the best indicators of the level of innovation demonstrated remarkable stability, experts say. If you look at the top 25 countries in terms of innovation, the rankings show that some states are changing their place within their respective groups, but none of them did not leave the group. This can be explained, among other things, the fact that successful innovation leads to a kind of vicious circle: on reaching a certain critical level of investment attracted investment, talent attracts talent, innovations and generate innovation.

According to the study, there is a new dynamics of innovation in the world, despite the persistence of deep inequalities and sustainable in this area between the various countries and regions. The most significant innovation gap exists between the countries are at different stages of economic development. On average, countries with high income per capita is much ahead of the country with lower income to all innovative options. There remains a profound inequality in the field of innovation between different geographical regions, especially if we compare the average high-income countries to that of countries in other regions of the world, such as Africa and many parts of Asia and Latin America. European countries continue to develop at different rates, leading innovation countries of Northern and Western Europe, they are catching up with Eastern European and Baltic countries, and smaller than those of the country of Southern Europe.

When comparing the overall performance of a global index of innovation and the level of GDP per capita, the report is divided into three groups of states:

The first group of "innovation leaders" includes countries with high income, such as Switzerland, the Scandinavian countries, Singapore, Britain, the Netherlands, Hong Kong, Ireland, the United States, Luxembourg, Canada, New Zealand, Germany, Malta, Israel, Estonia, Belgium, South Korea, France, Japan, Slovenia, Czech Republic and Hungary. These countries have successfully built an innovative ecosystem in which the investment in human capital thrive in fertile and stable innovation infrastructure, creating favorable conditions for increasing the level of knowledge, technology improvement and development of creativity

The second group of "innovators, students" includes countries with an average level of income, such as Latvia, Malaysia, China, Montenegro, Serbia, Moldova, Jordan, Ukraine, India, Mongolia, Armenia, Georgia, Namibia, Viet Nam, Swaziland, Paraguay, Ghana and the Senegal. Because of the low-income group includes Kenya and Zimbabwe. This group of countries with medium and low income show growth of innovative achievements by improving the institutional framework, training the workforce, improve the innovative infra-structure of deep integration with the global financial and other markets, and the development of the business community, even if progress in these dimensions are not It is uniform across all segments in the country.

The third group of "laggards" includes countries characterized by the weakness of their innovation systems. In this group of countries can be found both in high and middle-income countries.

This year Russia took the 62 place in the general rankings, between Jordan (61) and Mexico (63), losing just 11 positions. Among the BRIC countries, Russia ranks second after China (35th place), but if the trend continues, the other two countries in this group may soon get around to it in the ranking - Brazil already has 64 and India - 66th place.

Among the CIS countries Russia ranks third after Moldova (45) and Armenia (59). According to the report, the strengths of Russia related to the quality of human capital (33 place), business development (43), the development of knowledge (48), and infrastructure (49). Hinders the development of innovations imperfect institutions (87th place), low levels of development of the internal market (74) and the results of creative activity (101).

Which group includes Kazakhstan in this ranking? Despite the complexity of the calculations, Kazakhstan with an average level of income is surely among the second group of "students-innovators", although the index of efficiency of innovations in 2013, we were on the 126-th place. (Table 4)

Table 4 - Changes in Kazakhstan's rating indicators of the Global Innovation Index 2007-2013

Years	Place in the overall ranking	Points	Efficiency rating	Points
2007	61	2.45	-	-
2008/2009	72	2.85	-	-
2009/2010	63	3.05	77	-
2010/2011*	84	30.32	112	0.52
2011/2012	83	31.9	131	0.54
2012/2013	84	32.7	126	0.6

*Note: from 2011 scores have changed because of the complexity of the index calculation methodology

Retrospective data on the index of INSEAD for the years 2007-2013 shows clearly improved balanced scorecard, but the ranking of the country has worsened - with 61 seats Kazakhstan dropped to 84th place.

In addition, Kazakhstan should strive to improve the efficiency index of innovation, as it shows the country in which innovative ideas are better translated into practical results.

Thus, despite the fact that while a number of indicators, our country can not substantially move up in the global ranking, Kazakhstan still has every chance to enter into the world elite of technology in the next two decades. Formation of innovative activity will allow Kazakhstan to use a powerful intellectual potential to change the raw material orientation of the economy and accelerate socio-economic development in general

References:

1. The Global Competitiveness Report 2013-2014: Full Data Edition, Switzerland. The World Economic Forum, P. 653
2. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2013): The Global Innovation Index 2013: The Local Dynamics of Innovation, Geneva, Ithaca, and Fontainebleau, p. 487
3. <http://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index>

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN MULTINATIONAL CORPORATIONS

Chernov A.V. – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

People's Friendship University of Russia, Russia

Manapova U.M. – Master's student

Al-Farabi Kazakh National University

Currently, multinational corporations increasingly demand highly skilled, highly flexible, mobile employees who can deliver the desired results, operating sometimes in difficult circumstances. Managing human resources in international organizations can be a complex issue. Multinational corporations continuously strive to improve their international human resource management strategies. This challenge requires an innovative response from the multinational corporations as a whole, and in particular from the corporate HR function.

Many researchers dedicate themselves to the international human resource management and cross-cultural management. These research areas are highly concerned, just like people paying attention to globalization. Ronen, S. (1989) has analysed clearly the distinction between comparative human resource management and international human resource management; Abramov E.G. (2010), Konina N.Ju. (2008), Griffin R., Partej M. (2006), Farndale E., Scullion H., Sparrow P.R. (2009) have proposed detailed models of how International human resource management fits into the overall globalization strategy of organizations. Volkova M.A. (2009) has analyzed the cultural complexity in an organization, which shows that different cultures with different identities in organization members will influence much on the organization culture.

Business organizations continuously expand their international operations for sustainable growth and profitability. To improve their competitive positions globally; companies seek to work upon different sources of competitive advantage. Human resource management functions in multinational companies is extremely complicated because of the need to adapt policies and procedures related to personnel, to differences between the countries. In particular, the countries cultural differences, differences in economic development and legal systems may require an international company to adapt its hiring, firing, training and remuneration programs for each country in which it operates.

In North America and the developed countries of Europe there is a certain level of knowledge in the field of HRM on how to attract talented young people. The most acute this problem is felt in the economies of emerging markets, such as the BRIC economies of Brazil, Russia, India, China and the economies of Central and Eastern Europe and Central Asia. This localization of problems can be explained by the fact, that many multinational corporations are expanding their businesses to the emerging markets. Consequently, they faced with a shortage of qualified personnel. In recent years, many MNCs carried out systematic research in these countries in order to identify the characteristics of talent management. A few years ago the lack of qualified personnel in the field of management was decided by sending expats to manage the business in the area. However, the practice is increasingly indicates that it is necessary to take into account cultural differences and national mentality in human recourse management. This globalization of talent management brings with it a requirement to create new HRM tools, methods and processes to provide the necessary co-ordination systems to support global integration.

A multinational corporation (MNC) is defined as an enterprise that operates in several countries but is managed from one home country or when it derives more than one quarter of its revenue outside the home country. The type of strategy pursued by an organization decides the human resource management (HRM)

practices. MNCs may adopt International strategy where existing core competencies are used to exploit opportunities in foreign markets, a Multidomestic strategy where foreign subsidiaries operate as autonomous units to customize products and services as per local needs, a Global strategy focus on tight control on global operations to maintain standardization, and Transnational strategy combines policies regarding staffing, expatriate selection, compensation, industrial relations, training, and diversity management.

Staffing policies in international HRM defines the process through which the MNC assigns the foreign job to the most appropriate candidate. There are three approaches to staffing in MNC's. Polycentric approach to international management is the policy involved in hiring and promoting employees who are citizens of the host country. The polycentric approach involves low costs of recruiting and training with lesser problems of adjustment and communication since all employees are from the same region.

Ethnocentric approach is used in MNC's having international strategic orientation while polycentric approach maintains employees from the same area, ethnocentric involves sending employees from the home or parent countries to the host country.

Geocentric staffing approach is adopted when companies implement a transnational orientation. In such an approach people are recruited based on their skills and experiences irrespective of their nationality.

Table 1. Comparison of staffing approaches

Staffing approach	Ethnocentric	Polycentric	Geocentric
Strategic appropriateness	International	Localization	Global standardization and transnational
Advantages	Overcomes lack of qualified managers in host country Unified culture Helps transfer core competencies	Alleviates cultural myopia Inexpensive to implement	Uses human resources efficiently Helps build strong culture and informal management networks
Disadvantages	Produces resentment in host nation Can lead to cultural myopia	Limits career mobility Isolates headquarters from foreign subsidiaries	National immigration policies may limit implementation Expensive

Having examined some of the key challenges and possible responses to managing talent on a global basis, we now move on to examine the related role of the corporate human resource function. Although little has yet been explored regarding corporate human resource roles in MNCs, there are some initial studies emerging on what these may be. Empirical research on United Kingdom MNCs has highlighted a considerable variation in the roles of the corporate human resource function in different types of international firms. In centralized/global firms the corporate human resource function undertook a wide range of activities and the key roles were management development, succession planning, career planning, strategic staffing, top management rewards and managing the mobility of international managers. In these firms the growing need for coordination and integration of international activities required greater central control over the mobility of top managers, expatriates and high-potential staff. In highly decentralized firms, on the other hand, who tended to pursue more of a multidomestic international strategy, the corporate human resource executives focused mainly on management development and succession planning for senior executives. One common theme such studies have is that they emphasize the key role of corporate human resource in global talent management for the top talent across the company. Particularly the demand factors noted have created an emerging agenda for corporate human resource to develop core management competencies by focusing on the talent management issues associated with senior management development, succession planning and developing a cadre of global managers.

Looking in more detail at the implementation of corporate HRM policies throughout overseas subsidiaries, corporate human resource can play a significant role in coordination and monitoring. According to Elaine Farndale, Hugh Scullion and Paul Sparrow, there are four important roles of CHR (see Fig.1):

1. Champions of processes
2. Guardians of culture
3. Network leadership and intelligence
4. Managers of internal receptivity.

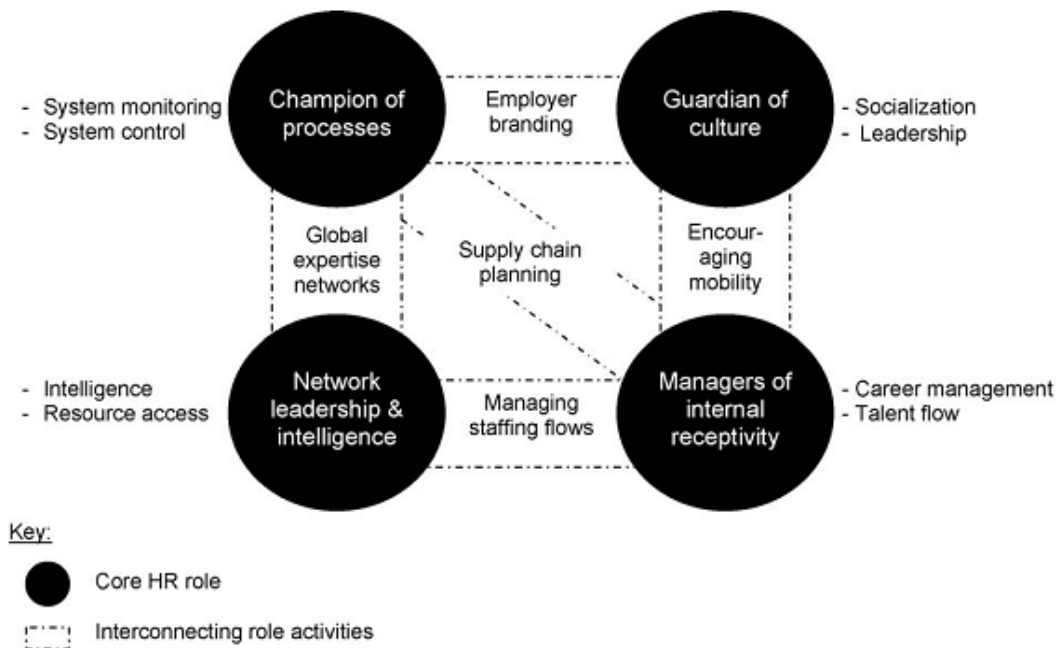


Figure 1. CHR roles in global talent management.

Each of these roles of corporate HR is important for company's development and for its' staying competitive. They are all interrelated, since all pursuing the same goal: to attract industry leaders and to manage talented and professional staff. Despite the emergence of these four core CHR roles, there is still confusion regarding the specific role that HR professionals in particular should play in GTM processes, which places question marks over the ability of CHR professionals to manage their own destiny. Corporate HR professionals work alongside top management who has the option of outsourcing some of their activities.

Today, MNCs increasingly demand highly skilled, highly flexible, mobile employees who can deliver the desired results, operating sometimes in difficult circumstances. Managing human resources in international organizations can be a complex issue. MNC's continuously strive to improve their international HRM strategies. This challenge requires an innovative response from the MNC as a whole, and in particular from the CHR function. New tools, processes and coordination capabilities are required to focus in particular on the sourcing, retention and career planning of the key talent across the corporation. Selection of the right incumbent for the foreign assignment must be based on holistic selection criteria, especially the criteria of cultural adaptability. Training before assigning the job is must to make the employee aware of the challenges ahead, managing repatriation through a career progression plan for expatriate and employee counseling is another focus area of international HRM. The correct compensation strategy keeps the employee morale high and motivates others in the organization to accept foreign assignments. The MNC's must strive to maintain harmonious labor relations to avoid confrontations with labor and trade unions in host country. HRM, if given due attention, can undoubtedly be leveraged to be a source of competitive advantage for organizations expanding across countries.

References:

1. Abramov E.G. Ocenka i upravlenie formirovaniem intellektual'nyh aktivov naukoemkih organizacij. - M.: Kreativnaja jekonomika, 2010.- 172 s.
2. Alihanov A.A. Upravlenie izderzhkami na razvitie organizacionnoj kul'tury kompanii. Rossijskij jekonomicheskij universitet imeni G.V. Plehanova. - M., 2012. - 76-83 s.
3. Volkova M.A. Metodika vybora optimal'noj organizacionnoj kul'tury na promyshlennom predpriyatii pri perehode k menedzhmentu znaniy. Korporativnyj menedzhment, M., - 2009. - Vypusk ijul'-avgust, - 12-24 s.
4. Griffin R., Partej M. Mezhdunarodnyj biznes. - SPb.: Piter, 2006. - 123-145 s.
5. De S'eri H., Mak-Gogi S.L., Douling P.Dzh. Peremeshhenija. Upravlenie chelovecheskimi resursami / Pod red. M. Pula, M. Uomera. - SPb.: Piter, 2002. - 56-79 s.
6. Konina N.Ju. Menedzhment v mezhdunarodnyh kompanijah. Kak pobezhdat' v konkurentnoj bor'be. - M.: TK Velbi, 2008. - 59-64 s.
7. Kravchenko K. // Upravlenie personalom. - 2005. - N. 15 (21). - 21-35 s.
8. Leont'eva L.S., Orlov D.Ju., Orlova L.N. Nematerial'nye resursy povyshenija konkurentosposobnosti promyshlennyh predpriyatij (investicionno-informacionnyj aspekt). - M.: MIRBIS, 2010. - 23-29 s.
9. Ol'hovskij V.V. Metody i istochniki formirovanija nematerial'nyh aktivov organizacii // Novoe v jekonomike i upravlenii: Sb. statej / Pod red. A.N. Alisova - M.: MAKS Press, 2006. -Vypusk 8. - 192 s.
10. Romanteev P.V. Analiticheskij obzor metodik ocenki chelovecheskogo kapitala// Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. - M, 2011. - 348 s.

11. Ronen S. Training the International Assignee. Training and Career Development (1st ed), San Francisco: Goldstein, 1989. - P. 174-211.

12. Farndale E., Scullion H., Sparrow P.R. The role of the corporate HR function in global talent management // Journal of World Business. – 2010. - Vol. 45. - No. 2. - P. 161-168.

WAYS TO INCREASE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

Nurgali A.A. – master’s student

Al-Farabi Kazakh National University

Innovations at the enterprises – a form of manifestation of scientific and technical progress at the microlevel. They promote updating of product range, increase of its quality for the purpose of consumers requirements’ satisfaction and profit maximization of the organization. The lifecycle of any innovation depends on constantly increasing of economic efficiency of its application. The definition “innovation” is apply to manufacturing, science projects, on educational and administrative field and etc. Proceeding from this point of view we can say that innovations directed to market and consumers. A range of studies has argued that innovations can be classified by a number of signs. On degree of new idea’s capacity its subdivided into three types: 1) radical innovations – essentially new products and technologies. They are rather few and, generally, assume appearance of the new consumer and the new market; 2) combinatory innovations – a new combination of already known elements. They can be directed to attract new customer groups or development of the new markets; 3) the modifying innovations – are directed for improvement or as an addition of the existing products. These innovations are directed to preserving or strengthening the enterprise’s position on the market [1]. Innovations give intensive nature to economic growth, by representing scientific and technical and technological enhancement of production. The main content of innovations consists in increasing knowledge intensity of production and increase on this base of its efficiency. Innovations are expressed in decreasing material and labor costs, product quality improvement, development of new technologies, ensuring stability of expanded reproduction.

Nowadays innovation become main tool of the competition. Availability of the market of the competing innovations, future innovations is characteristic of the modern developed market economy. The competition is one of the basic concepts in economy. Its capturing the essence of the market relations and determining forms of economic activity. The competitive struggle arising owing to competition development promotes more complete satisfaction of consumers through the aspiration of the manufacturing entities to keep and improve a line item in the market. Besides, the competition promotes more intensive use of scientific and technical achievements, implementation of more effective technology, production expansion, and as a result reduction of price of products to the level corresponding to costs of production, application of modern methods and tools of the organization and production management and sales of products.

The industrialized countries which made innovations the priority direction of development take the advanced positions in the world on all indicators of development of economy and enter into group of the countries which are the technological center of the world community (the USA, Japan, Germany, England, France).

Integration into world economy (globalization) significantly broadens the field of competitive struggle, forcing the companies to compete with leaders of the world market. In these conditions providing a strong growth becomes the main problem of the companies and the main objective of their management. For this purpose, in the conditions of such powerful competition enhancement of activities is not enough. For market leaders, it is worth winning a task, but not to lose. It is possible to solve it only by permanent innovative breakthrough, that provide maintenance of high rate of development. The innovative management based on knowledge is a paradigm of management of the 21st century, the answer to a challenge of the modern market of the Buyer. Now it is a profit source.

From implementation of innovations at the entity from the point of view of its competitiveness, it is possible to gain the following effects:

first, the increase in goods competitiveness creating competitive advantages for the near-term and medium term;

secondly, the instilling of new requirements creating competitive advantages on the remote prospect;

thirdly, increase in production efficiency, transforming competitiveness of goods supply to business competitiveness [2].

Thus, the role of innovations is that they give opportunities to the companies performing innovative activities by means of their implementation to ensure a technological market dominance and a victory in competitive struggle on condition of correctly created strategy. Success in the competition, eventually,

depends on vision and understanding by the top management of the companies of correctly chosen and implementable strategy on the basis of the created competitive advantages.

Innovative activities represent process of strategic marketing, Research and Development, organizational and technological preparation of production, production and registration of innovations, their implementation and commercial implementation in the market for the purpose of profit earning and distribution to other spheres. To increase competitiveness based on innovative activities it is necessary to accurately formulate the purpose, to estimate the competitive capacity of the entity, to reveal strong and weaknesses, to develop competitive strategy and actions for its implementation. For this purpose, the entity needs to develop and realize the management concept development which shall cover all planned, organized and controlled changes in the field of strategy, production processes, structures of the company. Management of development shall cover organizational, personnel, communication and information aspects of activities of the entity.

In the methodological side distinguish two main approaches to an interpretation the management of development. First, it is broad approach when the management system development turns on mechanisms and instruments of investment, innovative process, stimulation of technological development and other tools of growth policy. Secondly, this restriction of system only with innovative mechanisms, instruments of implementation of scientific and technical policy and measures of initiation of the transfer of the entities on use of new technologies, upgrades of products and methods of regulation of organizational and economic processes.

Integrity and systemacity of management of development of the entity give its main components: strategic planning, procedures of the choice and implementation of priorities of financial policy of the company, the mechanism of ensuring investment and innovative process, including ensuring development of institutional, technological and scientific and technical capacity, stimulation of technological development. The analysis of practice shows that change management can happen in various situations and have the different forms of implementation. Communications which can arise between external and intra-corporate conditions, personnel parameters of the organization, the main management tools changes become a key object at the same time. First of all it is necessary to reveal accurately these communications, and then to make reasonable estimates of adequacy of a condition of the company and tools implementation of changes.

For the advanced companies' success in competitive struggle becomes not only a production function, but also a management function and in many cases, it is depends on quality, management efficiency and production organization in the most extended sense. It is, as a rule, more economic and quickly reconstructed management personnel, higher efficiency and flexibility in decision making and the best motivation of workers. Consecutive implementation of modern corporate management methods - the most important condition of improvement of the investment climate and in general quality of economic growth.

At the present stage of economic development, the problem of competitiveness takes the central place in economic policy of Kazakhstan. According to **The Global Competitiveness Report 2015-2016** Kazakhstan takes the 42th place. This means assessment of business competitiveness and stability of its functioning.

The competition is a driving force of society. Today innovations became the main lever of development not only for countries, but enterprises also consider innovations as a main tool of competitiveness. In modern conditions in Kazakhstan there is a competition strengthening, as a result of it heads of enterprises are constantly searching new levers to increase competitiveness and tools to manage entities.

Creation of competitive advantages in front of rivals becoming a new strategic direction of authorities in the field of national economy and Kazakhstan's one of the main activity. At the same time, the growth of competitiveness concerns all levels of its hierarchy: products (goods and services), entities, industries, regions and countries in general. However, as a main link of economy the level of enterprises' competitiveness takes on particular significance [3].

The State Strategies of Kazakhstan in the field of social and economic development provide formation of the powerful diversified, balanced, competitive industrial complex as one of the key tasks. The solution of this strategic problem is provided by increasing of domestic industrial enterprises' competitiveness, both on internal, and in the world market. This statement was the cause of writing this article, and confirms relevance of the considered problem.

Innovative development implies highly organized innovative system. Innovative system generally means the elements of the organization accompanying innovative activities, and also relation between them which are enshrined in regulating documents of the entity (the charter, regulations on divisions, job descriptions). The innovative system of any enterprise should carry out the following functions:

- market forecasting and choice of the priority directions of researches;
- strategic planning of innovative activities;
- searching, assessment and selection of innovative ideas and inventions;
- implementation of innovative projects;

- monitoring indicators of already implemented innovative projects and their adjustment [4].

Competitiveness of enterprises not only includes high-quality and price parameters of products, but the level of management, management system of financial flows, investment and innovative components of its activities also defined as important factors. In addition, conditions in markets, the extent of the competition facing by the entity from other participants of the market, technical equipment, extent of innovations' implementation, motivation and qualification of personnel, financial stability exerts impact on competitiveness.

The determination of business competitiveness - more difficult process which implies a capability to perform the activities in the conditions of the market relations and to get at the same time the profit sufficient for scientific and technical enhancement of production, stimulation of workers and maintenance of product quality at the high level.

The system of its competitive advantages is the cornerstone of forming business competitiveness. Based on the analysis of various approaches to define classification of competitive advantages it is offered to implement their classification by the following signs:

- relation to system;
- sphere of origin;
- content of a benefit factor;
- time of a benefit implementation;
- place of a benefit implementation;
- a type of the received finale outcome.

To increase competitiveness of the enterprises – the system of providing competitiveness can be recommended. In the theory the problem of providing competitiveness of the issued goods is considered at the same time as structure and as process. Providing competitiveness as structure is the system consisting of an external environment of the organization (an entrance, an exit, communications with external environment, feedback) and its internal structure aimed to provide competitiveness of the issued goods.

Innovative approach of managing competitiveness consists in increase innovative activity of the entity, which will be reached by active implementation of innovations in production and release of innovative products.

It should be noted that important feature in development and implementation of innovative projects plays time, which is the main criterion for evaluation of competitiveness of the entities now.

The innovative and sustainable development of enterprises depends on how successfully they will be able to predict threats of technological and functional replacement.

Technological replacement means that enterprise does not have to produce goods by the old, existing methods, due to invention of more effective method and in this case the probability that it will be used by competitors is high.

Functional replacement is an emergence of a new product instead of the old one, a product which will carry out existing functions, but at higher level [5].

Thereby for successful innovative policy it is necessary for enterprises not only to possess material, scientific and technical, financial and human resources, but also to accurately know time frames of technological and functional replacement.

Accounting of time frames will give to the entity necessary benefits to anticipation of development of an industry to which it belongs, and also a point in time to start new developments and deployments. At this stage of innovative management development practically nobody estimates stages of the innovative project in time, which is extremely important for business competitiveness increase.

The results of this research support the idea that business competitiveness is a possibility of effective economic activity and its practical profitable implementation in the conditions of the competitive market. Maintenance the high level of competitiveness is provided with all components of the innovative marketing and management which are available for the entity. Production and effective sale of competitive goods and services – the generalizing indicator of an enterprise's resilience, its ability to effectively use production, scientific, technical, labor and financial potential.

References:

1. Барышева А.В. Инновационный менеджмент - М: 2009 г. 41 стр.
2. Мукашева М.К., Кайгородцев А.А. Влияние инноваций на повышение конкурентоспособности предприятия <http://group-global.org/ru/publication/27385-vliyanie-innovaciy-na-povyshenie-konkurentosposobnosti-predpriyatiya>
3. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. - М., 2005 г.
4. Джумабаева А.М. Управление инновационной деятельностью предприятия – А., 2011 г.
5. Аньшина В.М, Дагаева А.А. Инновационный менеджмент - М.: Дело, 2003 г. 237 стр.

CURRENT TRENDS OF DEVELOPMENT OF INSTITUTE OF PUBLIC SERVICE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Orynbasarov N.E. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

Reform of civil service of Kazakhstan is going on, and the separate achievements of the most developed and progressive countries of the world which accepted to our conditions, traditions, mentality are taken as its basis. The analysis of the achieved results of personnel policy of Kazakhstan is positive that was repeatedly noted by foreign analysts. But vital realities require further enhancement both the device of public administration, and internal content of public administration. Reform goes on constantly in more qualitative level.

Formation of a modern highly effective state system and public service - one of the key problems which is moved in the foremost now. Becomes obvious that because of a condition of the machine of government and professionalism of officials, their capacity to act and initiative, commitment to the rate elected the country the course of economic reforms in Kazakhstan, promotion on the way of democratization of society, formation of the constitutional state, in general, stabilization and development of the country in many respects depend [1, page 320].

In Kazakhstan a lot of things are made in the field of reform of public administration and public service, and a lot of things should be made. The history and experience of foreign countries states: ensuring stability and stability of institutes of public service was always combined with administrative reforms. So, administrative reform in Great Britain has been carried out from 1856 to 1970 and as one of results - adoption of law on reform of public service in 1978.

In the Message to the country people "Kazakhstan - 2030:" N. A. Nazarbayev specifies prosperity, safety, improvement of welfare of all Kazakhstan citizens: "The official of new generation is a servant of the nation, patriotic and fair, devoted to the case and professional. Creation and support of high reputation of public service - our strategic task which we shall solve soon" [2].

The Kazakhstan model has allowed to fix the institutional measures promoting professionalizing of activities of state bodies. The training system directed to implementation of continuous process of increase of level of knowledge, skills of officials, their further career development is created and works that is the new case of politicians is created, the specialists of wider profile who have got an education in prestigious higher education institutions of the republic and abroad come to civil service. In general, it is possible to tell with confidence that in the field of staff management of public service not small experience is saved up. But at the same time there is a number of the problems which are reducing efficiency of activities of government employees and not allowing to use the available personnel potential in a due measure. First of all, this lack of accurately created strategic objectives, lack of scientific reasons and system approach in case of the solution of personnel problems, accounting of a social and psychological spirit of government employees, the low level of resource providing a personnel management system, including information and scientific and methodological use of administrative resources, place obsolete methods and technologies of staff management, the low authority of officials, generally because of corruption in state bodies still take.

All this gives the grounds to say that now work with personnel of the state apparatus requires a certain managerial mechanism, use of system scientific approach [3, page 476].

Dynamism and further globalization of the public relations, complexity of system transformations of society and economy set tasks on reforming of the state apparatus, development of new approaches and methods of public administration. Certainly, this process shall take place step by step, consistently, for the purpose of long-term reforming of functions of the state, the state apparatus, public service. Reform of public service includes the questions connected with organization-legal providing public service, compensation, regulations of work of state bodies. The modern situation and new model of public service are of special interest themselves for science and practice as internal personnel processes in system of public administration are reflected in quality of life of all segments of the population. From this point of view of a problem of career development and mobility of government employees are actual and have the practical importance for public administration [4, page 245].

The basis of all changes seems in new approach to a question of classification of government employees. The president has noted that the operating two-level model not fully meets the requirements of the present stage of development of the country which moves to a new high-quality level of the development and highlights an urgent need in qualified personnel, devoted to the Fatherland, able to think politically, that is officials of "a new formation". Division of government employees into politicians and officials has been for the first time entered into practice in Great Britain by means of carrying out personnel reform of 1854 under the leadership of lord Nortford. Division of employees into politicians and officials (bureaucrats) has allowed

to differentiate legal status of the persons accepting and which are responsible for political decisions - strategists and contractors - officials. Besides, reform aimed at ensuring mutual independence both in organizational, and in legal sense of these two categories of employees. Such classification exists practically in all countries with career system of public service.

According to the Law RK "About Public Service", political employees government employees, appointment or election whose release and activities carry the political determining nature and who bear responsibility for implementation of political goals and tasks are recognized. That is it is the people determining strategy of development of the state. The presidential decree RK has established the complete list of political state positions [5].

Political employees in all countries are the elite case to which to get rather difficult. It is much more difficult, than on any other managerial position. The political position assumes serious moral, economic and legal responsibility including an individual responsibility just before the President of the Republic of Kazakhstan. The major functions - strategic planning, adoption of the political determining decisions on which further development of the state in these or those spheres, industries depends are assigned to politicians.

"The combination of a strong political will and these principles, careful planning and ability to expect problems, keenness in relation to needs of people, careful selection and training of employees shall become the main factors of "clarification" and increase of efficiency of public service of Kazakhstan.

Essential changes are expected also in system of classified public service. In new model of public service the case of the highest administrative government employees who are professionally providing efficiency of implementation of a state policy will be created, mechanisms of receipt and passing of public service will be essentially enhanced [6]. It is more deeply and accurately necessary to approach differentiation of political and classified public service.

The problem of training of future government employees should be considered in a complex. Along with the basic knowledge and skills received in specialized profile higher education institutions bases of the strategic management including knowledge of modern budgetary planning are necessary. Training in the sphere of human resources management and quality of the provided state services is actual now. Demand for the workers knowing foreign languages and modern information technologies increases. Management and human resources management are entered as obligatory disciplines in all directions of training of undergraduates which can also be essential help of system of training of high-quality and competent government employees.

The president of the Republic of Kazakhstan in the Message to the people of the country of 2012 has noted: "The 21st century imposes high requirements of management of the modern state which becomes complicated more and more. Our major task - to prepare a qualified political class of managers, that they will constitute a basis of new managerial elite which should conduct adequately our Kazakhstan in the 21st century" [7].

In Academy of public administration in case of the President of Kazakhstan, since 2005, on the specialties "Public and Local Authority", "Law", "International Relations" about 200 undergraduates and graduate students are trained. At the same time for the second year of the study undergraduates train at universities of Great Britain, France, Germany, Russia, the USA.

Such serious changes in structure of public administration require increase of a role of RK Agency for public service, personnel services of state bodies.

The planned reforms of public service are directed to its further enhancement. Positive changes in system of public service, modification and additions in the legislation on public service shall entail the critical analysis of the principles of public service. The operating system of the principles of civil service of Kazakhstan not quite corresponds to modern realities and world upward tendencies of efficiency of management processes at the level of the state. The scientific analysis of those shall find the implementation.

References:

1. Of this year hoods. Improvement of public service in Kazakhstan. - Yekaterinburg, 2005. - Page 320.
2. The message of the President of the country to the people of Kazakhstan "Kazakhstan - 2030: prosperity, safety and improvement of welfare of all Kazakhstan citizens" of October 10, 1997 / the Information Paragraph system.
3. Legal problems of reforming of public service of sovereign Kazakhstan: / Group of authors. - Astana: Institute of the legislation of RK, 2003. - C.476.
4. Lazarev B. M. Public service. - M, 1993. - C.
5. Register of political public servants. It is approved as the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan of December 29, 1999 No. 317./the Information Paragraph system.
6. Concept of new model of public service of the Republic of Kazakhstan. - Astana, 2011.
7. Message of the President of the Republic of Kazakhstan N. A. Nazarbayev to the people of Kazakhstan. 1/27/2012.

WAYS TO INCREASE PUBLIC ADMINISTRATION'S EFFICIENCY IN THE HIGHER EDUCATION SPHERE

Sermagambet U. M. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

For many years, higher education in Kazakhstan mirrored the educational model of the former Soviet Union, to which it belonged for more than seventy years. This model was characterized by a high degree of specialization and the rigidity of the curriculum.

Once Kazakhstan became an independent nation, some of the country's educational facilities began to look towards the West and tried to import some aspects of their educational model. These include using of new technologies like the Internet, which are slowly being introduced in higher education institutions. Figure 1 represents the evolution of formation higher education system in Kazakhstan.

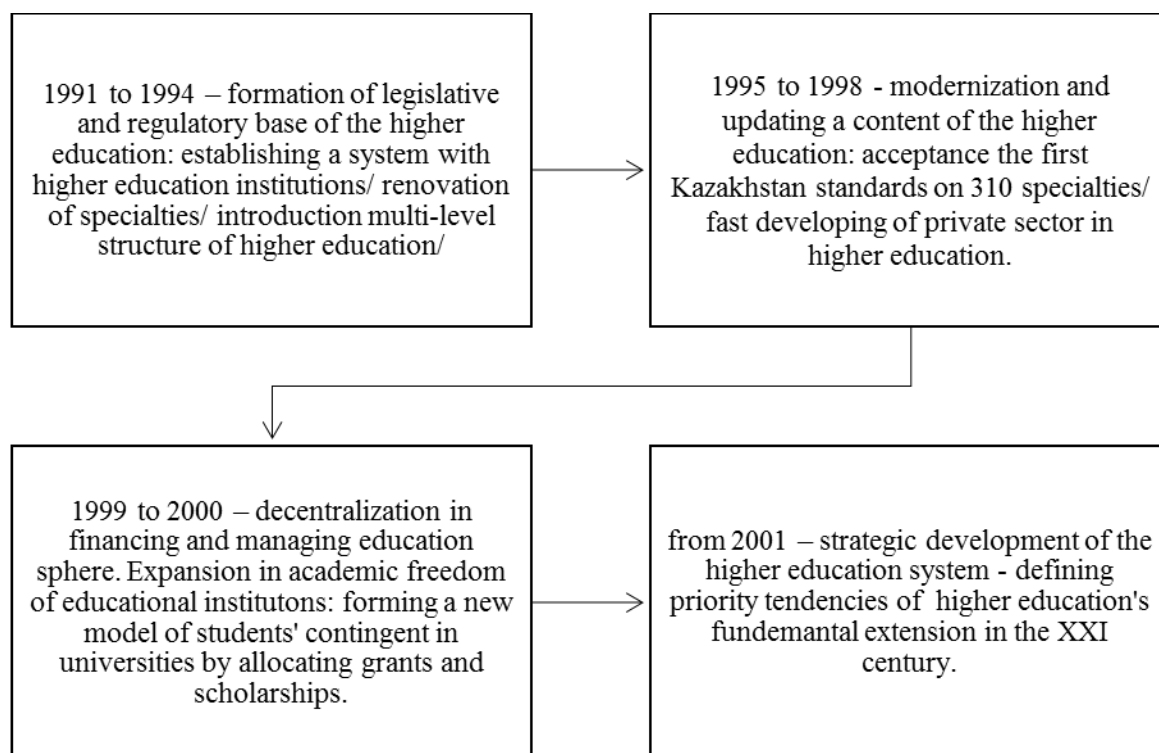


Figure 1. Stages of reforming an education system for years of independence in Kazakhstan

Nowadays, our universities works with European Credit System (ECTS). European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) is a standard for comparing the study attainment and performance of students of higher education across the European Union and other collaborating European countries. The main reason of transition to this system is association of national education system with the world educational space [1]. However, this does not mean that the education system that was used in Soviet Union is bad. Today many people recognize Soviet Union education system as one of the best systems. The point is that in globalization and scientific-technical progress high education requires new modern ways of learning programs.

A State always played an important role in enhancing the quality of higher education sphere. One of the main initiative that the state is realizing now, it is the project of optimization.

As we can see from the table above, number of private universities went down by now. The process of optimization in government regulation explains it. The process of optimization will be carried out on the following projects: accession, transition to the level of college, joining with another HEI. As a result of this project, in every region will stay one big state university and one private university which will be important for social-economic development.

The important indicator characterizing dependence of economic development on education level is the share of expenses in GDP. From 2008 for 2012 years expenses of the state budget on science and education averaged to 1 132 billion tenges.

Table 1. Quantity of higher educational institutions by categories

Indexes	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014
Total HEI	148	149	146	139	131
State universities (with national)	55	56	57	57	40
Private universities	90	92	89	66	60
Ratio between state and private sectors of higher education					
State	37,9	37,8	39,0	41,0	40,7
Private	62,1	62,2	61,0	47,5	43,5

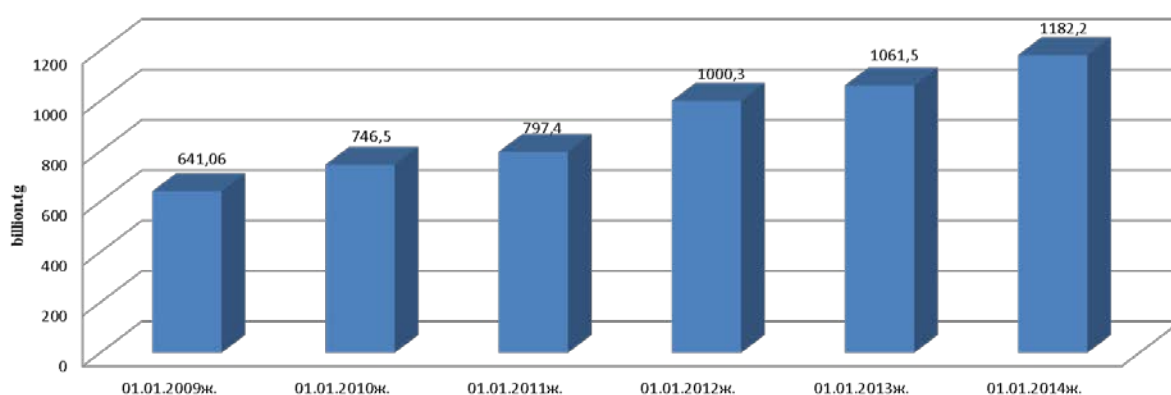


Figure 1. Expenses of the state budget on education

For the last three years, the amount of financing the higher education is increased more than by 2.8 times. In general, Kazakhstan recognizes need of financial tools for further development in education. Expenses on educational system in Kazakhstan make 4.2% of GDP and come nearer to the norms recommended to UNESCO - 5-6%.

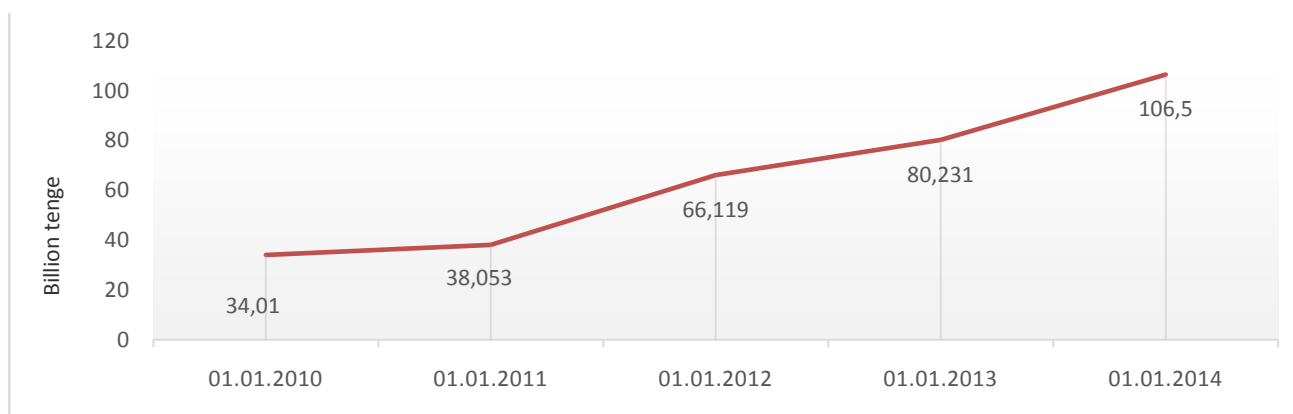


Figure 2. Financing of the higher education system

Thus, on result of the analysis factor of the higher education in competitiveness ratings, it is possible to note the following weaknesses of development in the sphere of higher education:

- weak level of a computerization in the country;
- low number of Internet users;
- weak influence of domestic science on development the national economy;
- shortage number of workers in the sphere of research and development;

- weak communication of educational institutions and employers;
- poor development of scientific infrastructure in the country [2].

To improve the problems that we have in our educational system we suggesting the new innovative model of high education. According to this model, the higher education institution carries out educational activity in close cooperation with employers. In turn, the employer takes active part in formation of professional experts' competences, development an individual trajectories of training students, creationa system of professional adaptation and mentoring graduates. Not simply target training of specialists for specific employers, but also the professionals capable independently to create "new employers" will be carried out. Here the special part is assigned to business incubators, which allow creating enterprise competences.

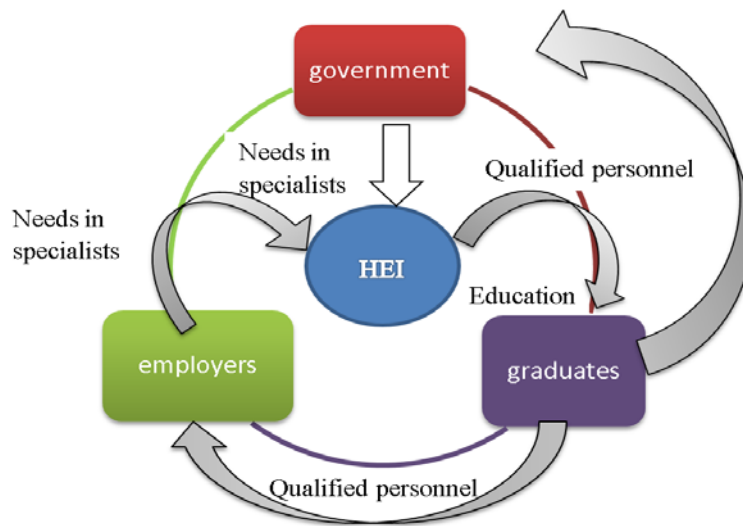


Figure 2. Innovative role of higher education institution

The role of employers consists in development of technologies on the basis of researches, joint with higher education institutions, and in market development of the created innovative products, a role of the state - in creating favorable conditions for development of innovative activity in the country.

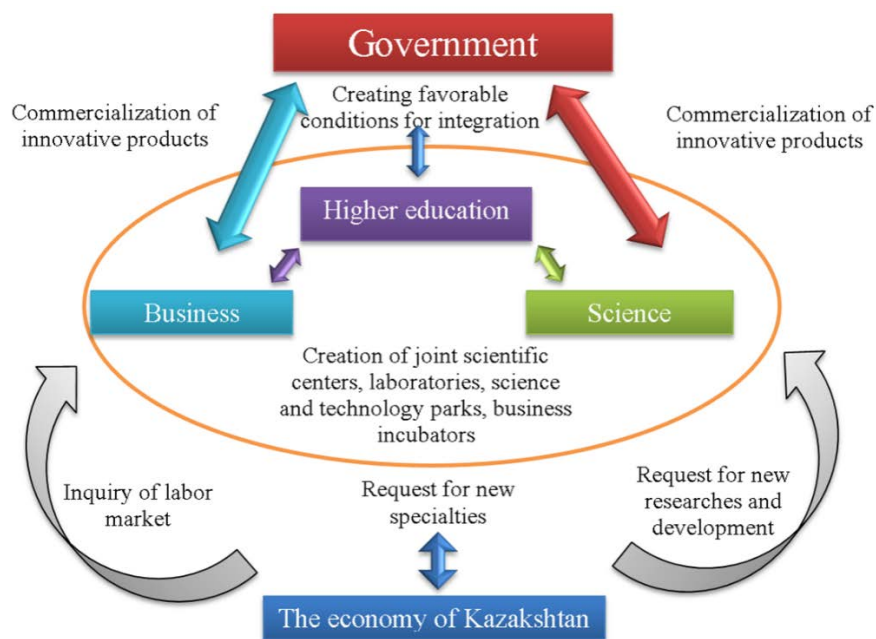


Figure 3. The state's role in the innovative development of Kazakhstan's economy

It should be noted that in joint scientific centers, laboratories and technology parks not only ideas are created and scientific researches are conducted, but also their approbation for the purpose of introduction of final innovative products in development of national economy will be carried out [3]. The state support of development and deployment of the competitive products which is necessary for activation an innovative activity of economy branches and are surely based on patentable inventions. It is important to develop system of granting privileges and subsidies to the economic entities making innovative products that, in turn, stimulates employers to creation of system of integration cooperation with higher education institutions.

Development of the higher education system has the strategic importance for the state therefore this sphere to some extent, has to be object of state regulation, control and management. Dynamic economic development in Kazakhstan led to cardinal reforms in the sphere of the higher education and to transformation of its role in society. For years of reforms were created conceptually new approaches in functioning of the higher education system in Kazakhstan, which completely cover all steps and the directions of this sphere in society. Changes were focused on universal process of globalization of all public life's spheres. The proceeding process of globalization had noticeable impact on the sphere of the higher education.

In world practice there is a set of the factors connecting the higher education and economic growth. The review of the international researches testifies that there is a close interrelation between the level of the higher education and science, productivity and economic growth of the country in general. Researches confirm importance of investments into a development of education, as economies that are more educated are steadier.

The key role of the higher education in modernization of national economy assumes deepening of reforms in the higher education system and improvement of its quality in the long term, with taking into account creation of the national economy based on knowledge.

Improvement organizational bases of education system's functioning assumes optimization of an administrative legal mechanism, expansion society's participation in management, further development of the academic freedoms and an autonomy of higher education institutions, improvement of a situation in educational management with indispensable preservation of the state influence and the state support in various forms [4].

Thus, the organization of higher education's state regulation has to provide balance of public and private interest in this sphere and reflect all listed features. It is necessary also for ensuring efficiency of functioning higher education system, along with obligatory state support, to keep state and public nature of management, to develop high school and student's self-government, to reflect organizationally and standardly creation of regional educational complexes. The corresponding administrative legal mechanism based on necessary regulatory base also has to solve these tasks.

References.

1. Tinbergen J. Input-Output Analysis in Education // Economics of education. Oxford, 2010. – p. 336-338.
2. The World Competitiveness Yearbook. International Institute for Management Development. – 2015
3. // <http://www.imd.org/wcc/news-wcy/ranking/>
4. The Global Innovation Index 2014. The Human Factor in Innovation. – Cornell University; INSEAD; WIPO, 2014. – 417 p.
5. Рисин И.Е., Рыжкова Л.А. Зарубежный опыт государственное управления развитием высшей школы // Современная экономика: проблемы и решения. – 2010. -№1. – с. 24-31

MANAGEMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES IN TERMS OF MODERN ECONOMIC CONDITIONS OF KAZAKHSTAN

Sultanova K.G. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

The concept of "innovation" applies to all kinds of innovations in such spheres but not limited to production, organization, financing, research, and education, as well as to any improvements, providing cost savings, or even creating conditions for such savings. The innovation process covers the cycle beginning from an idea until its practical implementation.

Innovation as a process has a certain structure distributed in time, called the life cycle of the innovation. The main stages of the life cycle of an innovation include the origin, development, diffusion, routinization, obsolescence. Classification of innovation at stages of the life cycle allows for the formation of innovative policy of the enterprise to take into account the temporal characteristics of the production processes.

Moreover, the concept of "innovation" is a complex of measures able to transform some of the knowledge and skills into financial benefits for the company. Innovation is a process aimed at development of innovation, implementation of results of the completed scientific research and development or other scientific and technological achievements into new or improved product or technological process, as well as the associated additional research and development [1].

The company is called innovational when it introduces innovative products or processes, regardless of the author of the innovation, be it the employees of this organization or external agents (foreign owners, banks, representatives of central and local authorities, research organizations and technology providers, or other businesses)

Innovation policy provides a complex of scientific, technical, marketing, managerial, production and economic activities aiming at implementation of innovation into the work of the enterprise to ensure customer satisfaction and optimal utilization of the production.

Management of innovative activity of the enterprise involves the application of new forms of management. For example, you can save money on office supplies, but introduce a more effective system of enterprise management, and ultimately get higher profits. And innovation requires careful planning and control. Otherwise, even the most advanced technology can bring to the enterprise loss, not income. Management of innovative activity is associated with an increased risk level, usually must be some ideas in the innovation portfolio that can be implemented in the enterprise. Analysts do not recommend to develop one major innovation of the project and disperse its efforts on several smaller projects. Obviously, this approach reduces the volume of investment for projects and make a profit in the case of implementing one or more business ideas [2].

In Kazakhstan during the past few years, interest to innovation has grown substantially. Important to note that the measures to stimulate innovation activities were proposed even at the level of the government. Often, innovation refers to the creation and use of new technological ideas, but there is another side of innovation - organizational. Innovations can successfully be used not only in production but also in business organization with the aim of improving its efficiency [3].

Innovation is a materialized result obtained from the investment of capital in new equipment or technology, new forms of organization of production, labor, maintenance and management, including new forms of control, accounting, planning methods, methods of analysis etc. as economic development the value of innovation increases more and more, and at the present stage innovations become the major instrument of competition of economic entities at all levels of the hierarchy, from the individual structural units of enterprises to countries and regions as a whole

Innovation is usually understood as a system of elements of the organization associated with innovation activities and the relations between them that are fixed in the regulatory documents of the company (Charter, regulations on subdivisions, job descriptions). In order for any employee to freely navigate the documents, it is better to combine them into a data base (for example, to create a site in the internal corporate network), and also to oblige the legal and / or HR Manager to give advice on the application documents.

The purpose of creation of innovation system is:

1. the improvement of the competitiveness of the enterprise;
2. the creation of an innovative base for long-term sustainable growth of the enterprise;
3. the economic security of the enterprise.

The innovative system of the enterprise should perform the following functions:

1. market forecasting and priority areas of research;
2. strategic planning of innovative activity of the enterprise;
3. search, evaluation and selection of innovative ideas and inventions;
4. implementation of innovative projects;

monitoring indicators already implemented into innovative projects and their adjustment.

Experts identify several types of strategic innovation. Offensive type of innovative activities aimed at conquering new segments of the market, defensive – to withhold its position in the market, imitation of copying of new technologies that have been developed by other companies, and the strategy of "niches" to find, and active work in certain segments of the market that targets the small number of consumers [4].

The importance of innovation activity for the economy is defined by the following points:

- it is a factor of competitiveness of products;
- ensures the efficient use of production resources;
- increases the degree of adaptability of enterprises to changing environmental conditions;
- extends the capabilities of enterprises to enter foreign markets products;
- creates the preconditions for the long-term stability.

By the nature of its activities, the innovation center is first and foremost a cost center, that is, a structural unit that represents a cost center, and which may be responsible and to exert a certain influence on the costs

associated with carrying out its functions. Cost centers are not self-sustaining. However, innovation-oriented enterprises and innovations, which may have independent commercial value, innovation center can be a revenue center. Center income is a structural unit, a unit, which can be determined the specific amount of earned business income.

As the stages of the product life cycle allocate research and development, production, implementation, operation, or use of, disposal. Characteristic cost center of innovation relates to the determination of the total cost of scientific research, design and technological preparation of production. Accordingly, the main types of costs are the costs of feasibility studies; the development of technical and conceptual assignments; engineering design; preparation of design documentation for the prototype; fabrication and testing of pilot sample (batch). For the successful functioning of the innovation system of the enterprise requires close interaction of the innovation division with the division, developing new products (marketing Department, development Department, etc.).

An important role in the process of strategic management is that is increases the effectiveness of the innovation program, which is carried out with the aim of reducing investment costs for each of the selected innovation projects and answering questions about the most effective way to hasten the achievement of the objectives of development. Note that the inclusion in the innovative program of the enterprise is applicable only to those projects that are already "finished" to the desired values of the profitability index, payback period and other indicators used in the economic evaluation of investment. The use of the proposed methodology in practice enables the company more effectively carry out management innovation activities of enterprises and to level some of the most significant and the most probable economic risks, the occurrence of which is explained by the fact of involvement of new technologies in the economic turnover. The most important factors preventing the effective management of innovation activity are: the danger of a belated withdrawal of innovations in the market, the lack of contractors implementing the project, the problem of finding the strategic partners for the implementation of the project.

To summarize, note that to create a successful innovation system it is important to provide financial, informational, regulatory, legal and staffing, and the allocation of resources to innovative activity belongs to the category of strategic decisions and should be linked with long-term goals of the company.

Hence, innovation is an independent object of management because of its relative isolation and has its own specific characteristics. This is due primarily to the uncertainty of the processes of research and development, the duration of works implementation of innovative orientation, difficulties in predicting and evaluating the effectiveness of results, their significant impact on the future development of the enterprise as a whole.

References:

1. The Strategy of industrial-innovative development of the Republic of Kazakhstan until 2015 // Decree № 1096 of the President of the Republic of Kazakhstan dated 17.05.2003
2. Innovation Management: the basic theory and practice. – M: Ekonomika, 2000
3. Mukanova A., The basic tendencies of innovative (scientific-technical) development of Kazakhstan // Transit economy, № 5-6, 2006 – c. 42-47
4. Ospanov B., Innovation as a direction of the governmental strategy for the development of the Republic of Kazakhstan, Sayasat, №2, 2005- c. 17-21

WAYS AND EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE ACTIVITY IN THE FRAMEWORK OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

Tynabekova G.N. – master's student

Al-Farabi Kazakh National University

Innovations play strategically important role in the long-term economic growth of Kazakhstan. Commercialization of researches results and developments through establishment of the steady relations between science and the market and activization of a transfer of technologies, is a key task for Kazakhstan. Recently in economic researches the considerable attention is given to problems of innovations and businesses that is caused by increasing of a role of technological development as a factor of competitiveness of firm and the countries. Practically at all enterprises increase of competitiveness by improve of quality of production, decrease in its prime cost, extension of the nomenclature and the range of the let-out products was the purpose of technological innovations. In the world there are some models of influence of interaction of science and the industry of public sector, and respectively there are various ways of introduction of an innovation, one of them public-private partnership.

In general its essence is reduced to that this mutually beneficial cooperation of the state and private sector in the branches which are traditionally relating to the sphere of responsibility of the state on the terms of the balanced distribution of the risks, benefits and expenses, the rights and duties defined in the relevant contracts. A main objective of public-private partnership is development of infrastructure in interests of society by association of resources and experience of the state and business, implementation of socially significant projects with the smallest expenses and risks on condition of providing high-quality services to economic subjects.

One of the priorities in the framework of the State program of forced industrial-innovative development of Kazakhstan for 2014-2019 is to provide effective interaction between the state and business in development of priority sectors of the economy. The creation of innovations, project implementation and production require concentration of a large number of resources in the enterprise that are often not under force to small businesses. Therefore, at present one of the conditions of economic development an effective innovation policy, which is based on the equal public-private partnership and aimed at uniting the efforts of government and private business on development of innovative activity [1].

Public-private partnership is one of the main economic-organizing mechanisms of enhancing innovation activity in the country, attracting long-term investments [2].

Public-private partnership is a recognized tool of interaction of business and government. It allows you to attract private investment to solve a wide range of socio-economic tasks on the basis of adequate and fair sharing of responsibility and benefits.

In public-private partnership greater role to the entrepreneur. He should be interested in the development and implementation of innovations at the enterprise. Innovative activity of domestic enterprises still remains at a low level. States, made necessary to adopt a system of measures to increase the motivation of private business, engaging him in the innovation process. It is necessary to take measures to stimulate the flow of private investment, creation of tax incentives for investors that Finance R & d and companies introducing domestic technology. Currently, the country has established certain tax benefits for research organizations. But today, it is important to stimulate not only offer development services, but also the demand from the private sector. Today there are practically no tax incentives to increase the demand for science — those privileges, as declared in the Tax code, not the work suffers from the lack of a mechanism of tax administration.

Available in the Tax code benefits involve compensation only for corporate tax in the amount of 7.5% R & d costs and do not actually work due to the lack of clear procedures of tax administration. In foreign countries created the effective practice of tax incentives. For example, the deduction of expenses on research and development from taxable income are in the US, 16 % in Canada in Singapore this indicator can reach 100 %.

In Kazakhstan according to the statistics of science funding the private sector does not exceed

10 %. Government-funded scientific and technical programs with great difficulties find application in practice. For comparison: in developed countries, over 60% of scientific research is funded by private companies.

In the sphere of innovations the most important area of public-private partnerships should be purposeful implementation of the measures for involvement in the innovation process academic universities and business in the formulation of priorities for public funding of basic and applied research.

Capacity-building in PPPs, as a rule, includes training and other measures that extend the capabilities of governments to implement effective and meaningful way is already developed and working botany program PPP. The PPP is a fairly new concept for Kazakhstan, the number of running projects is still insignificant. The main projects implemented in the field of construction of transport infrastructure no projects in the fields of health and education — the most developed in foreign countries applications of PPP.

For the realization of priorities of innovation development requires large-scale involvement of the real business in development of priority sectors. Illustrative is the experience of Poland, which is currently adopted in the implementation of investment projects in the electricity sector (renewable energy), and waste management. The state's role is to balance business interests with national priorities and short-term tactical priorities with long-term strategic prospects.

The development of innovative PPP projects is impossible without the involvement in the process of science. The development of science in the framework of the mechanisms of state and private partnership may be extended along the following directions:

- implementation of joint research and innovation projects, organization of joint scientific publications and the participation in competitions for national and international grants;
- training for managers, the creation of centers for advanced studies, a joint test centers;
- enhanced linkages with business, participation in processes of commercialization of new ideas and technologies, introduction of new technologies into production.

The result to be achieved the transformation of the science sector in the effective component of the national innovation system of the country. And the main task of scientific-technical policy of the state should be ensuring the concentration of resources (including the resources of private investors) on priority directions of innovative development [3].

The transition of our country with raw materials to innovative way of development can help venture capital and public-private partnerships. The development of venture business in Kazakhstan, in our view, largely based on new models of public-private partnerships.

So, to attract investment in the "sowing" stage (seed) to perform a special seed-funds that, depending on sources of funding can be public, public-private or private. In Kazakhstan there are projects to research in knowledge-intensive industries on the basis of which is possible in the long term, the organization experienced, and then serial production parts and equipment in the space industry, who said at the budget financing.

However, these projects, for one reason or another, cannot be financed by the Republican budget, also they are funded at the expense of the sector departments. In our opinion, these projects can be successfully financed sector or regional public-private venture capital Fund, if any, would be organized.

In view of the availability of high risks, venture financing, usually is attractive only to certain categories of investors.

In market economies, which include Kazakhstan, the composition of potential sources of capital for the venture capital industry is the same as in developed countries, but the distribution densities of these sources in the total volume of investments in venture capital funds varies considerably. If in developed markets are major sources of capital funds are pension funds and insurance companies, in the countries with market economy the center of gravity is shifted towards the public sector and institutional investors. For PPP development and venture capital financing in Kazakhstan should:

- The provision of the legal framework of venture capital financing in Kazakhstan;
- Creation and promotion of sector and regional public-private venture capital funds;
- The legislation of Kazakhstan it is necessary to identify typical risks for investment projects and to define the risk matrix that will allow to balance risks and timely identification of responsible parties.

Statistics the probability of success of the development of the venture capital firms that received funding:

- On average, only 6 breakthrough high-tech business ideas turn into million business, achieve success and go for an IPO.
- Less than 20% of firms that received venture capital funding, become liquid.
- 60% of high-tech firms that received venture capital financing, end their operation due to bankruptcy.
- 30% of venture firms as a result come to merge with other companies or liquidation.
- 10% of venture firms succeed and thereby compensate for the loss of 90% of the firms collapsed [4].

There are certain relationship between the processes of the development of innovation and venture business. On the one hand, the innovative activities there are conditions conducive to the development of venture business. On the other — a business venture as its development, has a stimulating effect on innovation. According to information of Agency on statistics of Kazakhstan, 2015 year on research and development work spent 69302,9 billion. Of them 40424657 thousand tenge (58.3 per cent) at the expense of the Republican budget, 25356647 thousand tenge (36,6%) — at the expense of own funds of enterprises, 1254664 thousand tenge (1,8%) is due to foreign investment, 1972508 thousand tenge (2,8%) – by other means.

According to the same source, in 2015 Kazakhstan implemented the innovative products worth 377196,7 million tenge, including "products of the newly introduced or underwent considerable technological changes" — by 76%, "the products subject to improvement" — 7%. In Kazakhstan venture financing was developed since 2003-2004. In 2003 established the national innovation Fund (now the National Agency for technological development NATD), with which there are 7 domestic venture capital funds. In the absence in Kazakhstan of the law of venture capital financing, the concept of «venture capital investment» is not clearly defined. At the same time, USA venture capital investment in high-tech (high-tech) or innovative companies, not listed on the stock exchange [5].

Kazakhstan should develop its own strategy to hold on the crest of scientific and technical progress, the basis of which should be a balanced state support of science-intensive, innovative industries and technologies. The measures of state support and promotion of private investment, including in the PPP will contribute to sustaining economic growth, reducing dependence of the economy on raw material sectors due to the active development of small and average business, increase of its gross domestic product to 50% by 2050. The use of the private sector in the implementation of PPP projects the most advanced technical solutions, innovative technologies will improve the development of socially-oriented sectors of the economy and production.

References:

1. The state program of forced industrial-innovative development of Kazakhstan for 2010-2014, dated March 19, 2010 № 958. — Astana, 2010.
2. Eroshevich, E. Public-private partnership in scientific-technical sphere // Science and innovations. — M., 2009. — No. 12. — P. 51-55.
3. Zholdasbayev S. Innovative industrialization. Mode of access: nif.kz/page=256
4. <http://lsm.kz/innovatsii-v-kazahstane-nuzhno-vnedrit-cherez-venchurnoe-finansirovanie-i-gchp.html/karibaeva-aliya-2>
5. www.stat.gov.kz

THE CURRENT STATE OF INNOVATION ACTIVITY IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Turginbayeva A.N. – doctor of economic sciences, professor
Tanassoglo Y. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

The concept of innovation was first introduced in the scientific research of the XIX century. The concept of "innovation" reborn at the beginning of the XX century in the scientific work of the Austrian economist Joseph Schumpeter in the analysis of "innovative combinations", changes in the development of economic systems.

Relevance of the research problems and prospects of development of small businesses due to their overall development. The state supports the small business as the factor-tor of socio-economic stability, which is less affected by different kinds of extremes, and exposure by the "international oligarchy." In all countries, clearly oriented towards a market economy, small and medium-sized enterprises account for most of that in the developed countries is concentrated in the production of innovations.

In today's economy, the role of innovation has increased substantially. Without the use of innovation is almost impossible to create competitive products having a high degree of research intensity and innovation. Thus, in a market economy, innovation is an effective means of competition, since lead to the creation of new needs, to reduce production costs, to the inflow of investments to increase the manufacturer's image of new products, to the discovery and conquest of new markets, including outside.

That small businesses are more attractive in this area in terms of the following principles:

Firstly, it is the flexibility and speed of decision-making, because it is the activity of small businesses easier to analyze in relation to changing market conditions, determining economic policy. Second, small businesses are the dimensions make it easy to control the production process, establishing in connection with the urgent demands of the consumer market, economic mechanism, as well as contribute to the rapid response to changes in taxes, benefits, financial and credit policy and so on. It is in the small business created conditions for rapid maneuver, the actualization of the production process, effective breakthrough in the market, stability in competitive

Third, simple communication links within the enterprise, the direct transfer of information, its rapid absorption and quick response to incoming commands and orders in the enterprise, as well as its relationship with its partners, provides a good economic (entrepreneurial) effect. Fourth, personal relationships, often harming a large business, especially at the level of interaction of large enterprises with each other, especially at the state level, form the basis for small businesses, often informal relations not only between the employees of the enterprise, and even its customers are able to significantly advance thing to take into account the diversity of the facts that it is difficult to collect and concentrate under different conditions. The small business they can not only use, but also fast enough to receive effective feedback.

Currently, in countries such as the USA, Switzerland, Great Britain, China, France observed more intensive introduction of inventions and technology efforts of innovative small and medium-sized businesses. The result is the growth of jobs, have higher labor efficiency. Small firms with less deficient in meeting the needs of the kinds of goods and services, and provides thus more employment. For example, a special attention to development of the sector Research and Development (R & D, research and development) is paid to Finland. According to OECD data (Organization for Economic Cooperation and Development), the costs of Finland to the needs of the innovation sector account for about 3.5% of GDP, which is one of the highest among European countries (corresponding to the European average - 1.8%); in the long term innovative strategy assumes an increase in R & D expenditure to 4%.

The share of Kazakhstan's high-tech products on the world market is almost zero, and in fact, as we know, this share is a general indicator of the effectiveness of science, technology and innovation. Compared with Kazakhstan the share of the European Union in the global market high-tech products is 35%, the USA - 25%, Japan - 11%, Singapore - 7%, South Korea - 4%, China - 2% (**Figure – 1**).

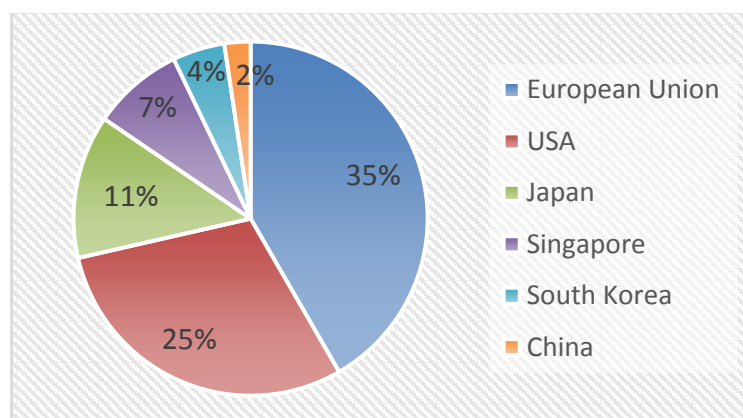


Figure 1. The share of high-tech products on the world market (01.01.2016)

One of the main reasons for this situation - the virtual absence of interest of business in the development and implementation of national science results in the production of extremely small investment of production and the private financial sector to science and scientific innovation. On the solution to the problem addressed by many systemic initiatives Head of State - the State program of forced industrial-innovative development program for the development of innovation and promote technological modernization in the Republic of Kazakhstan, and many others.

For Kazakhstan, the formation and development of small business, and strengthening their role in the production of innovation - a vital task in the present conditions of forced industrial-innovative development of Kazakhstan's economy.

Law of the Republic of Kazakhstan "On state support of entrepreneurship", adopted on 19 June 1997 was one of the first documents relating to innovation. In this law scientific knowledge and new technologies were considered as instruments of the new production, as well as improving quality of products. Besides all the duties of local executive bodies, namely the creation and development of innovative activity centers and other facilities have been identified. The Act was repealed in 2006 in connection with the adoption of another - the Law "On private entrepreneurship". This law has some changes compared to the previous and implies support in terms of funding.

2011 was adopted Law "On Science". It says about the government support of science and technology. The State guarantees the promotion of all organizations engaged in innovative activities by funding projects that promote the development of innovative structures, the training of innovative managers.

Within the framework of the State program for accelerated industrial-innovative development of Kazakhstan for 2010-2014 target indicators marked increase in labor productivity in the manufacturing sector by 50%, to 100% in some sectors of the economy and innovation - increasing to 10% the share of innovative enterprises the number of the existing [1].

The priority directions of innovative development will be:

- Modernization of existing enterprises;
- The creation of new high-performance businesses;
- Selective support enterprises' «economy of the future» (IT, alternative energy and others.)

A search for the most promising ways to support high-tech projects in the field of small and medium-sized businesses. One of the most promising points of growth in this area is the creation of specialized development institutions, including special economic zones and industrial parks. The contribution of small and medium-sized businesses in the GDP does not exceed 20.2%, while the share of innovative enterprises in this sector of the economy is 0.66%, which is 0.15% higher than in 2009 [2]. This is a very poor performance. Among the main problems that hinder the development of innovative business, the unavailability of financial resources, low demand for high-tech products in the country. Large companies tend to buy abroad ready technology or finished products, while the need to raise their own innovational sector, create new high-tech areas, actively involving small innovative companies in manufacturing.

Total number of respondents with innovations made 2 585 unities in 2015, the vast majority of them 541 and 377 unities, respectively, belonged to Astana and Almaty. As far as scientific-research and project construction departments are considered, it is obvious that the top positions included Astana, Almaty and Eastern Kazakhstan regions in 2015. [2]

The President's Address to the people of Kazakhstan of this year launched a new initiative - the development of the "road map", "Business and Science 2020". The implementation of these programs will

ensure the demand for competitive economies scientific results, will create the most important institutional elements of the relationship between science and production.

Table 1 – The main indicators of enterprises' innovative activity in Kazakhstan (2013-2015)

	The main indicators			Including			The level of activity in the field of innovation, in%		
				With innovation					
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Kazakhstan	22 070	24 068	31 784	1774	1 940	2 585	8,0	8,1	8,1
Akmola	1 173	1 270	1 325	83	92	90	7,1	7,3	6,8
Aktobe	1 044	1 114	1 236	68	85	86	6,5	7,6	7,0
Almaty	1 318	1 473	1 643	126	139	114	9,5	9,4	6,9
Atyray	798	977	1 276	41	79	102	5,1	8,1	8,0
WesternKazakhstan	646	768	857	34	51	35	5,3	6,6	4,1
Zhambylregion	734	808	852	75	98	90	10,2	12,2	10,6
Karaganda	1 957	1 902	2 340	148	159	216	7,6	8,4	9,2
Kostanay	1 393	1 500	1 502	164	204	218	11,8	13,6	14,5
Kyzylorda	709	725	846	85	73	99	12,0	10,1	11,7
Mangystau	838	922	1 027	20	32	41	2,4	3,4	4,0
SouthernKazakhstan	2 009	2 025	2 315	129	143	160	6,4	7,0	6,9
Pavlodar	1 118	1 142	1 354	95	79	65	6,4	6,9	4,8
NorthernKazakhstan	1 047	1 001	1 047	114	116	111	10,9	11,6	10,6
EasternKazakhstan	1 767	2 055	2 091	99	157	240	5,6	7,6	11,5
Astana city	1 617	1 997	4 103	179	214	541	11,1	10,7	13,2
Almaty city	3 902	4 389	7 970	314	219	377	8,0	5,0	4,7
Reference – statistical Agency data of the Republic of Kazakhstan									

The Forum "Innovative Kazakhstan - 2020" in the SEC "Information Technology Park " Alatau " in Almaty President of Kazakhstan Nazarbayev noted that according to a recent report by the World Economic Forum on Information Technologies of Kazakhstan is the leader among the CIS countries and occupies 55 th place. The President also noted that the share of expenditure on science in Kazakhstan is 10 times less than in developed countries and the work of national scientists do not meet the needs of an innovative economy. You need to create the most favorable conditions for a broad development of innovations in the sector of small and medium-sized businesses. Given the risky nature of innovation, the Government should study the issue of the optimal organizational and legal form of innovation.

All measures taken to improve innovation in small business, incommensurate-view, the positive effect on the development of innovation, but there are also some drawbacks:

- The lack of modern mechanisms of technological innovations and launch them on the market;
- Insufficient development of infrastructure elements to promote innovative projects, such as technology parks and business incubators specialized, network risk financing funds, special financial mechanisms, we support companies at the stage of rapid growth, the certified appraisers, firms and intellectual property, etc;
- Lack of domestic effective demand for cutting-edge technologies and industrial innovations and others;
- Inadequate training.

To raise the level of research and development, implementation of the state policy stimulus is necessary in the following areas:

- Purposeful formation of the market for the production of innovative enterprises by placing them on the state order;
- Providing innovative enterprises, including small industrial areas, reduced investment support, assistance in the development of business innovation centers, technology parks, technology support centers, providing legal, financial, marketing, business, and other services; assistance in legal and commercial protection of intellectual property; - Fostering and expanding the network of leasing companies;
- Fostering and expanding the network of leasing companies;
- Carrying out a deliberate policy on the development and production of small enterprises of new products based on high technologies;

- In order to reduce the possibility of loss of funds invested by investors as a result of an unsuccessful implementation of innovative projects it is advisable to carry out their insurance, including the expense of public investment;

- Preferential loans for scientific and technical developments in the equity financing of major projects.

Thus, the prospects of innovative development are seen as a long-term direction of the structural policy in the field of science and business, and ensure overflow of investments to the sphere of innovations. Work improvements in the mentioned areas will enable the creation and active development of innovation in Kazakhstan, which in the future will allow Kazakhstan to participate in the global competition

References:

1. State program for accelerated industrial-innovative development of Kazakhstan for 2010-2014.
2. www.stat.kz - The official website of the Republic of Kazakhstan Agency on Statistics
3. Interview with the Minister of Education of the Republic of Kazakhstan B. Zhumagulov "a powerful incentive for the development of science are already working" on April 11, 2012
4. Address of the President of the Republic of Kazakhstan NA Nazarbaev Kazakhstan (Astana, 27 January 2012).
5. Regional bulletin of the East. - 2012. - №3. - from. 73-80. Author: Abdykerova Gizat Zhanarbekovna, Ph.D.
6. Kenzhuguzin MB, Dnishev FM, FG Alzhanova Science and innovations in the market economy: international experience and Kazakhstan. - A.: IE MES. - 2005. - 256 p.

CURRENT ISSUES OF STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN ENTERPRISES

Yesbolganova G.K. – PhD student

Al-Farabi Kazakh National University

Strategic Management, as well as the term "strategy" has many interpretations and determinations, but in this article authors will disclose several meanings, which can give more deeper understanding.

In 1994, Henry Mintzberg declared strategy did indeed have several meanings, all of which were useful. He indicated that strategy is a plan, a pattern, a position, a perspective and, in a footnote, he indicated that it can also be a ploy, a maneuver intended to outwit a competitor [1]. A more recent entry appears in Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations, published in 1996 by John Bryson, professor of planning and public policy at the University of Minnesota. Bryson defines strategy as "a pattern of purposes, policies, programs, actions, decisions, or resource allocations that define what an organization is, what it does, and why it does it"[2].

There are a lot of definitions for innovation in the literature, thus highlighting again the importance of innovation. In our article we have decided to define innovation as defined by OECD [3], the implementation of a new product or the significant improvement brought to a new product (good or service) or process, a new marketing strategy, an organizational strategy or a new business strategy, workplace organization or external relations management [4,5].

Researchers often do not make a clear distinction between the concepts of "strategy" and "development Strategy", identifying them or considering as adjacent. Indeed, the essence of existence of the enterprise strategy is aimed at improving its activity, the development of the current state, and therefore the identification of these concepts to some extent is correct. Nevertheless, the separation of concept "development strategy" makes sense when we study particular aspects of improving the activity of the enterprises. For example, strategic development of the company through the introduction of organizational and managerial innovation, investment and other technologies. In this regard, under the development strategy of the enterprise, we propose to understand a method for the improvement and gradual growth of the current activity of enterprises through the use of its specific strategic advantages [6].

A comprehensive strategy of enterprise development determines the long-term goals of its activities and ways to achieve them. Develop a comprehensive strategy should be based on analysis of the company activity considering its potential opportunities and the current situation on the market. The absence of development strategy in enterprises proves unsystematic its activities. This usually results in a loss of competitive advantages of enterprises [7].

Strategy of innovative development of the organization represents an enlarged plan for its behavior in the field of innovation, ensuring the achievement of the objectives of the operation in the relevant strategic management area. It shows what kind of the innovative activities of the organization should have, how this activity should be intense, and what kind of innovations should be predominant. Important in the dcreation of innovative development strategy is formulation of objectives of innovation process, defining phases and timing of implementation, evaluation of the results in the form of specific practical purposes, the shortening of the introduction of new products.

Unified model of innovative development strategy, as well as a single strategic management for all organizations do not exist, since each company is unique in its characteristics. The choice of innovative development strategy depends on many factors: the market position of the company and the dynamics of change, industrial and technological potential of the company, the type of goods produced, as well as internal and external factors.

Recently, the company faces a number of difficulties, which are characterized by following parameters:

1) the shortage of qualified human resources, weak proportion of initiative in innovations among managers, lack of motivation to the manifestation of creativity, self-development, self-learning, research, resistance to changes, lack the necessary experience

2) obsolescence of material and technical basis, the use of outdated technology, low level of modernization

3) access to relevant information is often inaccurate or forbidden;

4) lack of managerial experience of innovations among top managers in a turbulent environment, underestimation of the importance of innovations

5) lack of investments (financial), low annual growth rate of R & D expenditures; and misuse of underutilized funds allocated for investment projects; lack of own funds for modernization and innovative growth; high risks on innovative projects and their long-term payback;

6) weak development of innovation infrastructure and legal framework

Production potential defines a perspective and horizon of the industrial development of the enterprise. As practice shows, the majority of Kazakhstani industrial enterprises were created on the basis of the Soviet state-owned enterprises, with previous existing material and technological base. Most of these companies do not have the possibility to introduce innovative processes, renew basic assets, improve the process, increase production capacity, and this is all due to the lack of sufficient funds. The result of these circumstances is the low quality of the products and a reduction in demand for these products. Therefore it should be noted that, companies that do not have the possibility to update the process are ineffective, often the pace of spending growth exceeds the rate of revenue growth. The market value of such enterprises can be reduced in a short period of time by a significant amount [8].

Thus modern domestic enterprises have a low susceptibility to all types of innovation (product, process, organizational and marketing innovations). In 2015, only 8.4% of the Kazakhstan enterprises engaged in the development and implementation of technological innovation [9]. For comparison, this figure is significantly lower than the values typical for the Czech Republic (36.6%), Estonia (55.1%), Ireland (56.7%), Belgium (59.6%), Germany (69.7%) [10]. Moreover, the share of the purchase costs on new technologies (patents, licenses) in industry is very small only 3% in 2011. Also, there is a need to mention that the amount of expended funds for product and process innovations by ownership in 2015 year was 655 361 million tenge.. However, the returns from the sale of innovations produced in 2015 amounted to only 377 196,7 million tenge.

Thus, the modern Kazakh companies underestimate the role of strategic innovation management. Most managers practically do not use strategic planning methods in practice; do not have strategic plans, though their companies operate and have significant profits. The determining factor for success, according to research by American scientist, produced on the basis of a large number of enterprises, is particular a new management system (including the famous TQM system, CRM, 6 Sigma, etc.), as precise and focused strategy.

According to J. Porras and John. Collins, the main factors of success of modern enterprises are the main ideology and core values. "The main feature of most successful and enduring enterprises is following carefully guarded core ideology and the simultaneous promotion of progress and changes" and "There's a difference between what should be changed and stable issues"[11]

The management theory distinguishes comparison principle, which characterizes the difference of key strategic enterprise parameters and its competitors, and identifies the nature of the discrepancies and deviations. If we compare the domestic and foreign innovative business management system, it is possible to identify significant differences of views on the methods and systems of strategic innovation management.

While foreign companies are focusing on development of a strategy, domestic enterprises focus on operational management, paying particular attention to financial calculations. In this sense, the experience of world leaders indicates that financial performance cannot be the foundation of the basic ideology of the company and its core values. In the case when the enterprise to its detriment of key strategic values makes emphasis on the increase of the basic financial indicators, for some period of time it is able to maintain a competitive position, but they will inevitably lose it.

An example can be refusal from investment in research and development. Such indicators as income and profitability in the short term, of course, will increase, but later, due to the lag in science and technology, the

company will inevitably lose market share. In contrast, a stable long-term growth, and subsequently a successful long-term strategy orientates on the core values and ideology.

It is supposed to create an economy of innovation type. Thus, despite the partial revitalization of enterprises, in recent years the situation in the field of innovation and strategic management nevertheless close to the critical and is aggravated primarily by the lack of necessary state support in commercialization of innovations, as well as low susceptibility of enterprises to innovation, which mainly operates on its own base while reducing state support. Thus, the role of the factor innovative development of enterprises increases, which also means search for innovative productions.

References:

1. Mintzberg, Henry (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. Basic Books.
2. Bryson, John M. (1995). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations*. Jossey-Bass.
3. *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, OECD, Third Edition
4. Maier, A., Brad, S., Fulea, M., Nicoara, D., Maier, D. (2012), A proposed innovation management system Framework - A solution for organizations aimed for obtaining performance, International Conference on Management, Business, Economics and Finance, 28-29 November 2012, Paris, France;
5. Purcarea, I., Olaru, M., (2011), Paving the Path for Innovation: the case of Romanian SMEs, Proceedings of „The 6th European Conference on Innovation and Entrepreneurship - ECIE 2011”, 15-16 September, Aberdeen, Marea Britanie, ISBN: 978-908272-14-0.
6. N.A. Dobrovskaya "Formation of health-tool industry development strategy" dis. ... Cand. Economy. Sciences, St. Petersburg – 2016
7. Bulava I.V. and others. *The theory and methodology of the development of enterprise development strategies*. - RIO MAOKAM, 2009
8. L.V. Ermolina Methodical bases to ensure the effectiveness of the strategic development of industrial enterprise (for example, the aviation industry enterprises) .: dis. ... Cand. Economy. Sciences: 08.00.05: protected 11/20/15: approved. 20/04/16 - Samara 2015 – 157
9. <https://egov.kz/cms/ru/law/list/U1300000579>
10. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Innovation_statistics].
11. Collins J. C., Porras J. I. Organizational vision and visionary organizations //California Management Review. – 1991. – T. 34. – №. 1. – C. 30-52.

ANALYSIS OF COMMERCIALIZATION OF GREEN TECHNOLOGY PROJECTS

Zhidebekkyzy A. – PhD student

Al-Farabi Kazakh National University

Today the task of ensuring the sustainable development of human civilization is being viewed as the guiding principle of the life of the economy and of the society in general. Sustainable development is considered to be a development which "... satisfies our current needs without jeopardizing the capability of generations to come to satisfy their own future needs [1]. In a most general sense, the solution of this task is linked to the shaping of "a new model of green economy" [2].

Researchers focus their interests on the commercialization of new green technologies that will substantially improve social welfare and ensure process of transition to green economy.

The OECD has defined green growth as follows: "Green growth is about fostering economic growth and development while ensuring that the natural assets continue to provide the resources and environmental services on which our well-being relies. To do this, it must catalyze investment and innovation which will underpin sustained growth and give rise to new economic opportunities" [3].

The Earth Summit Rio 1992 provided the vision and important pieces of the multilateral machinery to achieve a sustainable future. Nevertheless, many authors around the world, such as environmentalists, scientists, politicians, economists have made a huge contribution in attempting to create a more sustainable future.

For example, A. Leopold published his well-known book in 1949, wherein the main message is that the land is not there to serve us, but that we need to live in community with the land [4]. P.L. Ehrlich states that population growth and environmental deterioration are inextricably linked, and proposes four action items to address the crisis [5]. He also accentuated that gargantuan efforts are necessary to increase food production and feed all human-being. R.Buckminster Fuller argues that shortsightedness and siloed thinking are the main causes of impending ecological crisis [6]. His book is a remarkable for its overall message as for its elaboration of concepts that were ahead of their time. Also, he suggested considering the planet as a closed system, using a metaphor "Spaceship Earth" to indicate it, so there is no "away". In 1972, Meadows D.H. and other authors published a commissioned report to the Club of Rome, which is known as a book "The limits to growth". Their book was revolutionary, and reports 13 scenarios for the future based on a computer simulation model developed at MIT [7]. Despite variations, all of them produce a sobering conclusion,

namely that “the behavior mode of the system is clearly that of overshoot and collapse. Authors claim that growth trends in world population, industrialization, pollution, food production and resource depletion suggest that biophysical limits will be reached sometime within the next 100 years. One of the turning points in the sustainable development is the publication of The Brundtland report, also known as “Our common future”. This report introduces the three fundamental components of sustainability – environment, economy and society – and highlights what is needed in each area to achieve sustainable development [8]. It makes it clear that we cannot achieve success in one of these areas at the expense of areas. Being considered one of the first comprehensive assessments of both the social, environmental and economic problems facing the world, one should admit that the UN Conference in Environment and Development held in Rio de Janeiro in 1992 was a direct outcome of this Brundtland Report. Doubtless, Kazakhstan has a distinct understanding of the state management assuming that promotion of the green economy is the main way and the only one in maintaining a sustainable development.

This paper aims to consider the commercialization issues of green technologies in Kazakhstan as a main tool of establishing sustainable economy. In this research, 14 projects were selected out of 43 and 9 experts were invited from this field. As a result, 23 interviews with experts in the area of green technology were conducted and analyzed.

Research objectives are to determine availability of patents in projects and to identify key factors and barriers that affect the successful commercialization of technologies based on the respondents' opinions.

Questions for the representatives of the projects were based on a literature review and pilot interview. It is important to distinguish main research question and subsidiary questions according to methodology of qualitative research [9]. All experts were interviewed on condition of anonymity. Interviews were conducted by the method of story-telling, where the researcher asked basic questions to guide conversation in the right direction, subsequently the story of an expert based on his personal experience and deep knowledge [10], [11].

A great experience and professionalism of the experts revealed several hidden factors and the specific problems of green technologies. For the clarity of selection Figure 1 and Figure 2 presents the segmentation of respondents.

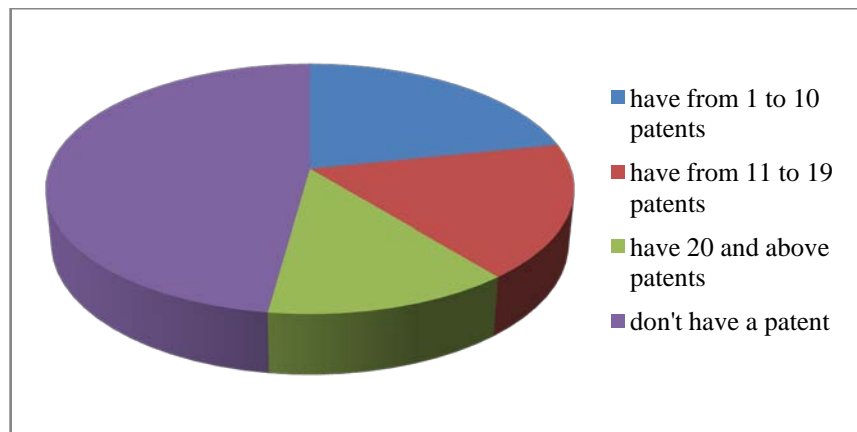


Figure 1. Segmentation of experts on the number of patents

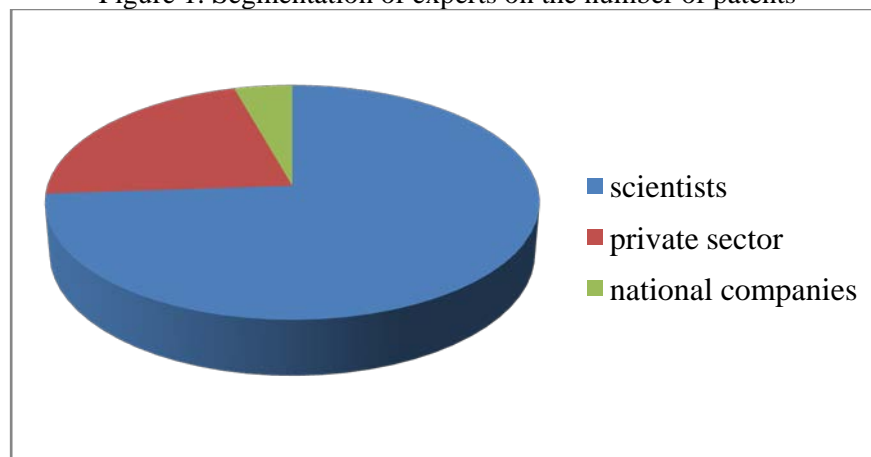


Figure 2. Segmentation of experts

President of Kazakhstan N.A. Nazarbayev in the message "Strategy" Kazakhstan-2050 ": new political course of established state" indicates 10 global challenges that the twenty-first century poses to humanity, as well as measures taken in Kazakhstan to address them. In addition, he instructed the Government to revise the legislation on copyright and patents, as well as an analysis of all previously issued patents and registered copyrights for possible commercialization.

Analysis of inventive activity is traditionally held with the study of statistical data on the availability of patents and other protective documents. However, the existence of a patent does not guarantee its use. Unfortunately, the low level of commercialization of domestic developments proves this theory. Therefore, it is important to understand the commercialization process from the inside, to find out the reasons for the low level of implementation of university research, to take into account the opinion of scientists and immediately take the necessary measures.

Conducted expert interviews have allowed to reveal some factors that were noted during the preliminary literature review. As a result, we have selected the most significant factors and important barriers that affect the successful commercialization of green technologies in Kazakhstan (Table 1).

Table 1 - Factors and barriers affecting the commercialization of green technologies in Kazakhstan

Factors	Description
Financial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lack of funding of R & D phase of the project 2. Lack of funding for clinical research, field testing, or production of the industrial design 3. The high cost of the necessary technology 4. Lack of scientific capital to start their own production 5. Low wages of scientists
Infrastructure / Technical	<ol style="list-style-type: none"> 1. Insufficient development of domestic production, which could be applied for green technology 2. Lack of development of the material-technical base for advanced research 3. Poor communication with the industry, making it difficult to conduct tests of the invention and its further advancement on the market 4. Priority use of ready-made foreign technology
Legislative	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lack of incentives for the introduction of new green technologies in the industry. Payment of the fine for causing harm to the environment is much cheaper than the introduction of green technology into production. 2. Lack of incentives for cooperation with domestic research institutes to long-term research projects 3. Lack of intellectual property protection
Personnel	<ol style="list-style-type: none"> 1. The deficit of professional staff in the field of innovation management 2. Deficit of highly skilled economists and managers, their isolation from the production 3. Deficiency of lawyers in the field of intellectual rights, including international qualifications 3. Poor communication between scientists and government officials due to the lack of expertise of specialists in the management of commercialization
Socio-cultural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Low demand for green technology in the domestic market 2. Lack of awareness about the relevance of the use of green technology, low environmental awareness 3. The low purchasing power of the population
Personal	<ol style="list-style-type: none"> 1. The scientist is an inventor, but not a seller. The reluctance of scientists to engage in self-promotion and commercialization of the invention. 2. Weak market research, resulting in the first scientist comes up with an invention, and then looking for a buyer. 3. Reluctance to risk and not to disclose information on the intellectual property
Others	<ol style="list-style-type: none"> 1. The presence of a rich hydrocarbon reserves in the country, which reduces the profitability of renewable energy 2. Bureaucratic obstacles 3. Low effectiveness visit thematic exhibitions 4. High competition from foreign suppliers

56% of respondents noted the importance of the financial problem. 47% of respondents noted the infrastructure and technical problems. Experts generally noted positive trends in the development of the legislative framework relating to the protection of intellectual rights, and the development of innovative activities. However, 47% believe that additional legislation stimulating the use of green technologies in the industry.

21% of respondents confronted with the facts of misuse or insufficient protection of intellectual property. The importance of having highly skilled personnel has noted 43% of respondents.

The important role played by social and cultural factors. 30% of the experts believe that the lack of awareness on the relevance of the use of green technology, low environmental awareness determine the low demand in this area. 34% of experts drew attention to the personality of the scientist.

On the commercialization of green technologies in the country is influenced by other factors. For example, the experts noted that the presence of the rich hydrocarbon reserves in the country reduces the profitability of renewable energy. High competition from foreign suppliers, where green technologies are developed with 60 years of XX century, is also a significant impact on domestic inventors.

References:

1. United Nations Conference on Trade and Development. Environmental accounting for businesses. Moscow: Finance and Statistics, 1997.
2. Toloraya G.D. Sustainable development and BRIC. Problems develop a strategy for Russia, 2014. Retrieved from <http://www.ruskiymir.ru>
3. Towards green growth: A summary for policy makers. – May 2011. OECD Meeting of the Council at Ministerial Level, Paris.
4. Leopold A. A sand county Almanac: and sketches here and there. – Oxford University Press, 1949. – 240 p.
5. Ehrlich P.L. The population bomb. – Sierra Club/Ballantine books, 1968. – 201 p.
6. Buckminster F.R. Operating manual for Spaceship Earth. – Carbondale, Southern Illinois University Press, 1969. – 151 p.
7. Meadows D.H., Meadows D.L., Randers J., Behrens W.W. The limits to Growth. – Universe Books, 1972. – 205 p.
8. World Commission on Environment and Development. Our common future (“The Brundtland Report”). – Oxford Paperbacks, 1987. – 400 p.
9. Andrews R. Research questions. – MPG Books, Cornwall, 2003. – 89 p.
10. Denzin N.K, Lincoln Y.S. Handbook of Qualitative Research. Sage, Thousand Oaks, 2005
11. Patton M. Qualitative Evaluation Methods. Sage, California, 1990.

THE ROLE OF MARKETING IN THE MANAGEMENT OF THE COMPANY

Zhussupgazina R.R. – master’s student
Al-Farabi Kazakh National University

The activities and success of companies depend on numerous interrelated internal and external factors. However, the very complex nature of the subject requires dividing the issue into more specific aspects of analysis.

The marketing function plays the major role in establishing and maintaining contacts between a company and its markets. However, the scope of marketing activities is rather broad, and the role of various types of marketing activities heavily depends on the characteristics of a company and its strategy. On the other hand, their importance and role is a kind of a function of managerial perceptions about marketing.

Marketing implies management of the market for the purpose of implementation of exchange for satisfaction of needs and requests of the person. Or, in other words, marketing is a process during which individuals and groups of people receive necessary and desirable by creation of goods and consumer values, and exchange with each other. Marketing is the complex system of organization's production and sales of products oriented to satisfaction of specific consumer's requirements and profit earning on the basis of a research and market forecasting, studying of the internal and external environment of the export entity, development of strategy and tactics of behavior in the market by means of marketing programs.

Marketing is a management system of firm's activities for development, production and sale of goods on the basis of market research and for the benefit of profit earning. Today there are more than 2000 determinations of marketing. Let's bring some of them.

According to Ph. Kotler, marketing is a work with the market for the sake of implementation of exchanges which purpose is the satisfaction of human needs and requirements, and this work is not only the work of the producer and the intermediary (seller), but also the it is the work of consumer (buyer) [1].

Marketing is the human activity directed to promotion of goods and services from the one who makes them to the one who needs them by means of exchange [2, p.285].

Marketing is a management activity in the market on planning and implementation of commodity, price, communicative policy, allocation policy and merchandising [3].

In modern conditions of informational era of firm it is needed to pay attention to implementation, sale, and increase in the income, paying more attention to improvement of a financial condition than to cost reduction. If the firm plans to enter the market with traditional goods or type of service, then it is necessary to know what sort of change in goods is interesting to the consumer that is represented by goods and the competitor's price, what prospects of work in this market. Further work with the consumer is necessary, explaining to him by means of advertising as he will benefit from consumption of these goods.

Content of marketing is connected with its essence: studying and satisfaction of needs and needs of the target consumer. The main thing in content of marketing is a two-single approach: on the one hand, this is in-

depth examination of the market, demand, tastes and needs of the consumer, orientation of production to these requirements; on the other hand, is an active impact on the market and the existing demand, on forming of requirements and consumer preferences. It determines a marketing basis, content of its basic elements and functions.

So, what role is played by marketing in activities of the entity? First, by means of marketing researches the different parties of the market with which the entity interacts are analyzed; secondly, tactics of behavior of firm in the market are developed and realized.

In the modern world the company can achieve success only in case it "hears the buyer". And having satisfied the maximum quantity of requirements thereby it will be able to increase the efficiency. A consumer behavior research is being done by marketing. In practice by marketing specialists there were revealed six rules of conduct with the client:

- 1) to know the buyer better, than he knows himself;
- 2) to pay much attention to design of shop;
- 3) to think constantly about buyers;
- 4) to enhance servicing due to compensation stimulation;
- 5) to constantly train personnel of the company;
- 6) to care about employees.

Application of these rules in work with clients allows the companies to increase the sales and consequently the income.

Reorientation of production to the consumer, his interests and preferences is possible only in the conditions of market saturation and a healthy competition. Therefore now the entities need to be adjusted on marketing philosophy of business, on vigorous economic activity with accurately created purposes and adequately chosen means for achievement of these purposes.

No organization cannot exist for the sake of itself; its main task is satisfaction of requirements of those national groups that they serve. Methods and instruments of marketing are suitable for the solution of this task better.

Marketing is the unique opportunity to keep "afloat" in a rapid current of time. The marketing role in success of the organization is so considerable that it is impossible to approach it lightly.

According to P.Doyle, the concept of marketing is today the "heart of system of an entrepreneurship. In the economy that is constructed on the principles of competitive struggle, buyers have a possibility of the choice between goods of various companies. Consumers want to purchase goods, which offers have the supreme value, and goods value is the function of perception of value and bid price of the company. Respectively, to achieve success, the company shall offer goods of value and quality at low price, in comparison with competitors. Until the company doesn't offer the competitive price and goods quality, it won't be able to expect profit earnings" [4].

E.Williams, the president of IBM, in the early sixties determined what represents business: "Business is something where there are consumers." If there is no exchange, acts of purchase and sale, there can't be also a business. The concept of marketing is a core of system of business. In its basis social and ethical, and moral standards of business communication, the international codes and rules of conscientiousness of a business activity, consumer interests from society in general are pledged.

New approach to business activity appeared in the early sixties of the XX century after the publication of T.Levitt in scientific works of the Harvard business school in the article "Marketing short-sightedness" in which it was affirmed that the most reliable guarantee of goal achievement of the entity is determination of requirements and wishes of the chosen customer groups of the target markets and ensuring necessary level of a requirements satisfaction, with effective means, than at competitors [5].

Implementation in practice of an entrepreneurship of the concept of marketing allows to resolve a complex of issues:

- to reproduce the bilateral relations between the seller and the buyer through market research, distribution, promotion of goods and advertizing;
- to develop advertizing and other forms of sales promotion;
- to perform coordination of all work on satisfaction of consumer interests as main goal of an entrepreneurship.

Implementation of marketing in practice of business assumes that business shall set such tasks for itself and pursue such policy which would meet before needs of consumers and after that could exit from available resources.

The concept of marketing reflects the idea that all types of an entrepreneurship are directed to satisfaction of consumer interests.

"The consumer is the important person who ever visited our office or addressed us by mail. The consumer doesn't prevent our work; he is its main goal and an essence. We don't provide to the consumer the

service when we take care of him, on the contrary, he does us service, addressing to our firm. The consumer is that with whom it is impossible to argue, at whom it is impossible to mock. Nobody ever benefited from the fact that he argued on something with the consumer.

The consumer is the one who brings us the desires. Our work is in executing this wish with profit for us, and for him", said L.Bing, the American entrepreneur.

To increase a circle of the consumers is the law for any entity which aims to increase the equity and to be productive in the market.

Consumers wait from today's entrepreneurs tranquility and safety; care of that, what it is difficult to cope with to themselves; conveniences; communication; qualities; opportunities to become your partners; to have an opportunity to return things which not absolutely suit them; provision of direct access to the entity with which they deal.

The manager, acts on the principles of modern marketing, achieves the commercial purposes set for the organization, way of the most complete requirements satisfaction through harmonization of the relations between consumers and the producer with orientation to priorities consumers.

For the entities functioning in market conditions, marketing gives the recipes of an exit to satisfactory commercial results of economic activity checked by practice, which includes:

- certain sequence of carrying out analytical work;
- exit to favorable segments of the market;
- forming for the benefit of the entity of changeable factors of the external environment, including consumer behavior;
- creation of a favorable image of the entity and all its activities in the opinion of the public.

The idea of marketing has to literally "penetrate" all structures of firm, and not just one division of marketing.

The special attention is deserved by implementation of auxiliary marketing of rather new directions of business. Here problems of an entry into the new markets and creations of products, that are new to the company, are solved. In this case marketing shall play two key roles.

- Identification of new opportunities. Marketing is that functional sphere which bears responsibility for identification of new opportunities, collection and the analysis of the relevant information and drawing attention of the top management of the company.

- Recommendations about the offered strategic actions. The decision on acquisition or absorption, about strategic alliances, about distribution and an exit from the market have a direct bearing on marketing. The main factor of dissatisfaction and a failure of such actions, as a rule, is absence of serious marketing handlings of similar decisions [6].

In order to find out the role of marketing in the company's management I analyzed the research model that was developed by the authors of the article Importance of marketing activities in a company: the management perspective [7]. They analyzed manager's opinions about the importance of various marketing activities, they developed that model which included the main factors and outcomes.

It is understood that the characteristics of a company play an important role in setting priorities for all types of activities, including activities that belong to the marketing function of a company. The most important determinants here are associated either with characteristics of a company or its core strategy [8].

In the model, they included three demographic characteristics of a company: its type (independent versus subsidiary), size (number of employees), and the primary type of activities (manufacturing or trade; service companies were not included in this sample).

The presence of a marketing department in a company was used as a formal criterion of marketing function importance within a company [9]. Also, managers were asked to indicate the key priority of the strategy: competing and influencing the market mainly by lower prices or by superior characteristics (quality) of products.

Managers evaluated two marketing functions as more important for companies than others. These were marketing planning and distribution.

Respondents stated that product management was less important than marketing planning and distribution. Communication was rated as less important than product management (difference from product management. Price management and marketing research were evaluated as the least important activities.

Analysis by characteristics of companies disclosed more differences. Managers of independent companies considered four of the study marketing areas (distribution, communications, planning, and research being less important than managers of subsidiaries of large international corporations.

Therefore, the overall importance of marketing activities was higher for subsidiary than for independent companies.

Evaluations of importance of some marketing activities also varied based on company size, varied evaluations only about marketing planning and marketing research, which resulted into small difference of

general evaluation of all marketing activities together. Managers of small companies (below 50 employees) rated marketing planning and marketing research as less important to them than managers of large companies. One of possible interpretation is related with scarce resources of these companies, which does not allow paying more managerial attention to marketing activities [10].

Differences in evaluations between manufacturing and trade companies were observed in case of communication activities. Communication activities were less important to manufacturing than to trade companies.

Naturally, companies that base their core strategies on price indicated a higher importance of price management than did other companies. However, communication, marketing research and marketing planning were considered as more important for companies that based their core strategy on the quality of the product. In general, the overall importance of marketing functions was higher for companies that based their core strategy on quality.

Data showed that managers of growing companies typically evaluated marketing planning, product management and communication activities as being more important than did managers of companies whose sales were stable.

The objective of that research was to analyze the importance of various marketing activities through the opinions of managers of various companies. The study allows drawing some preliminary conclusions and outlining directions for future research. According to the model I can say there was a positive relationship between recognizing the importance of marketing activities and the growth of companies.

References:

1. Marketing essentials, Philip Kotler, Prentice hall, 1984.
2. Strategic management, Barinov V.A., Harchenko V.L.– M.: INFRA-M, 2006. – 285 p.
3. Ensuring financial stability of the entities, Andreyev P. L. //Economy, management, 2002, No. 9.
4. Marketing Management and Strategy, Peter Doyle, Philip Stern, Financial Times Prentice Hall, 2006.
5. Marketing Myopia, Theodore Levitt, Harvard Business Review, July-August 1960.
6. Management of organizations, Fedulova L.I.
http://uchebnikionline.com/menedgment/menedzhment_organizatsiy_-_fedulova_l_i/menedzhment_organizatsiy_-_fedulova_l_i.htm
7. Importance of marketing activities in a company: the management perspective, Sigita Urbonavicius Vilnius University, Vytautas Dikcius Vilnius University.
https://www.researchgate.net/publication/255441338_Importance_of_marketing_activities_in_a_company_the_management_perspective
8. Determinants of the establishment of marketing activities by subsidiaries of MNCs, Couto, J. P., Vieira, J. C., Borges-Tiago, M. T. (2005). Journal of American Academy of Business, No. 2, p. 305–313.
9. Marketing's influence within the firm, Homburg, Ch, Workman, J. P., Jr., Krohmer, H. (1999). Journal of Marketing, Vol. 63, p. 1–17.
10. Small firm marketing: a comparison of Eastern and Western marketing practices, Siu, W.S., Kirby, D. (1999). Asia Pacific Journal of Management, Vol. 16, p. 259–274.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ ҚАРЖЫЛАНДЫРУ МЕХАНИЗМДЕРІН ЖЕТІЛДІРУ

Абдеш Е.Б. –магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Инновациялық қызметті қаржыландыру жүйесі бір-бірімен тығыз байланысты бағынышты элементтер жиынтығынан тұрады және оған келесілер кіреді:

- инновациялық қызметі жүзеге асыру үшін қажет қаржы ресурстарының түсу (қаржыландыру процесі);
- әртүрлі көздерден түсетін қаржыларды аккумуляциялау;
- инвестицияға бақылау орнату механизмі;
- инновациялық процеске авансталған қаражаттың қайтымды болуы.

Инновациялық іс әрекетке қызмет ететін қаржылық жүйе болып қаржылық көздер, инвестицияларды қолдануға бақылау орнатушы механизм, олардың қайтымдылығы және инновациялық капиталға тартылған капиталдың тиімділігін бағалау. Инновациялық қызметті қаржыландырудың ерекшелігі болып, оны қаржыландыру көздерінің көптігі табылады. Оның негізінде инновациялық қызметтің соңғы нәтижесі анықталады және қаржылық саясаттың жүзеге асуы анықталады. Ол саясатты шаруашылық субъектілердің өзі және мемлекет жүзеге асырып отырады. Қаржылық қамтамасыз етудің мәні оның негізгі қызметтерінде көрініс табады. Өндірістік,

бөлу бақылау өндірістік қызметті қаржылық және материалдық ресурстардың тепе теңдігін жүзеге асырады [1].

Қаржылық қамтамасыз етудің өндірістік қызмет инновациялық инвестиция айналымында көрініс табады. Қаржылық ресурстар инвестиция айналымының барлық деңгейінде инновациялық капиталдық реттілігін қамтамасыз етеді (ғылыми-техникалық өнімді сатып алу, капиталдың өсуі, инновациялық капитал айналымының өндірістік, тауарлық және ақша кезеңі). Осылайша қаржылық ресурстар инновациялық қызметтің әртүрлі салаларына құйылатын инвестицияның жылдамдығын көбейтеді немесе азайтады, ол инновациялық нарықта қалыптасқан іскерлік конъюктурасына байланысты.

Отандық иновациялық қызметті қаржыландыру жүйесі үнемі дамып отыруда. 1991 ж дейін бюджеттік және орталық тындырылмаған бағытта болған. Қазіргі таңда инновациялық қызметті қаржыландырудың көзі болып:

- мемлекеттік және аумақтық басқару органдарында құрылған ҒЗКТЖ ды қаржыландыру бюджеттік емес арнайы қаражаттары;
- әртүрлі коммерциялық құрылымдардағы қаржы ресурстары;
- арнайы инвестициялық банктердің несиелер қаражаттары;
- инновациялық жобалар үшін арнайы несиелер;
- шетел инвесторлары;
- ҚР да иновациялық қызметті мемлекеттік қаржыландыру.

Қазіргі кезде Қазақстанда инновациялық белсендіктің төмендеуі инновациялық қызметке салымдардың жоғары тәуекелімен байланысты болады. Бұл тәуекелдік жоғары болуы инновациялық қызметті қаржыландырудың нормативті құқықтық негізінің жетілмегенімен және инновациялық қызметті қаржыландырудың нормативті құқықтық негізінің жетілмегенімен де тығыз байланысты. Нақты өндірістік сектордағы инновациялық процесті тоқтатудың негізгі себептеріне келесілер жатады тапсырыс берушілердің төлем қабілетсіздігі ішкі және әлемдік нарықта өнімнің бәсекелестігі қамтамасыз ететін инвестициялық ресурстардың жетіспеушілігі [2].

Қазақстан үкіметінің алдында экономикаға ұзақ мерзімді ресурстарды тарту үшін оңтайлы жағдай жасау мәселесі қойылуда. Ол ұйымдастырылушылық экономикалық қатынастардың жиынтығын қалыптастыру қызметімен тікелей байланысты болады, ол инновациялық процесті қаржылық қамтамасыз ету үшін жүзеге асады. Өнеркәсібі дамыған Батыс елдерінде инновациялық қызметтерді қаржыландыру негізінен мемлекеттік емес көздерден жүзеге асады жаңа технология мен өнеркәсіптік жаңалықтарға ішкі Қазақстан нарығында төлем қабілетінің төмендеуіне байланысты ғылыми зерттеу және жобалау жұмыстарына демеуші әрі бағыттаушы болып, ал жұмыстарға тапсырыс беруші болып мемлекет шығады. Бұл үшін несиелер немесе қайтарымсыз субсидиялар беретін арнайы қорлар жүйесі қалыптасуда. Отандық инновациялық қызмет нарығы мен ғылыми сыйымды өнімдердің дамуына байланысты арнайы қорлар инновациялық қызметі қаржыландыру механизмін нарықтық шарттардың жағдайына жақындауға қаржыландыру механизмін нарықтық шарттардың жағдайына жақындауға көмек беруі. Мұндай қорлардың халық шарттардағы салалары бойынша қалыптастыру инновациялық қызметті қаржыландыру мәселелері бойынша шешімдерді орталықсыздандыруға мүмкіндік береді.

Дамыған нарықтық экономикалы елдер мысалы АҚШ мемлекеттік бюджеттің ЖҰӨ-ң 2,2-2,7% осы зерттеулерге жұмсалған, Францияда 1,8-2,3%, Германия мен Жапония 2-2,9%, Англияда 2-2,5% жұмсалады. Батыстағы экономикалық ынтымақтастық пен даму ұйымына кіретін елдердің ҒЗКТЖ-ға АҚШ-2,16, Ресейде -0,9 пайыз көрсеткішін құрайды Қазақстанда бұл көрсеткіш өте төмен деңгейде болып табылады.

Орталықтанған қорлардан жаңа бәсекелі өнімге баға қосымшаларын төлеуге болады. Мемлекеттік инвестициялық саясат даму бағдарламасы негізінде іске асады оған жататындар капиталдың тез айналымын және жоғары бюджеттік тиімділікті қамтамасыз ететін салаларды өндірісті дамыту ғылыми сыйымды салалармен жоғары технологияны жоғары деңгейде өңдеу салаларына қолдау көрсету экономиканы технологиялық қайта құру негізінде бәсекелі машина жасау өнімін өндіру.

Мемлекеттік инвестициялық саясатты маңызды орынды экономикалық өсу ырғағының жоғарылауы алады және дәл осы Қазақстандағы экономикалық өзгерістерінің негізгі бағыттары болып табылады. Үкіметтің ағымдағы бағдарламасы оңтайлы инвестициялық жағдай жасауды қамтамасыз етеді. Ол жоғары технологиялы өнімге өндірістік қызметті қайта қалыптастыруға өндірістің инфрақұрылымын жаңартуға және жеке секторға қуатты қайта құруға тікелей инвестицияның ағымына үлесін қосады.

Экономиканың тоқырау жағдайында мемлекеттік бюджеттен тек жалпы экономикалық деңгейдің дамуына әсер ететін маңызды инвестициялық жобалар ғана қаржыландырылуы керек. Қайтымсыз бюджеттік қаражатты бөлген кезде несиелер беру принциптеріне негізделуі керек, яғни тез қайтару

және төлеу принциптері мемлекеттік бюджеттен бөлінетін ақша қаражатынан қайтымын жоғарлату үшін басқа да принциптерді қолдануға болады. Тез қайтым принциптері-ақша қаражатын қолда бар жүзеге асу кезеңінде тұрған немесе аз ғана жұмысты жасауды қажет ететін жообаларға салу. Мұнымен қатар қайтарым сөзінің мағынасы ретінде инвестициялық қаражатын қосымша құнмен қайтарылуын түсіну керек. Уақытша бөлу принципі экономикалық барлық салаларын қамтитын инновациялық жоба инвестицияланады. Экономикалық әртүрлі салаларына мемлекеттік бюджет қаражатын инвестициялу таңдауын жүргізген де бірінші кезекке импорт алмастырушы тауарларына бәсекелі тауар және қызметке сұраныс жоғары тауарларға бағытталған өндіріске назар аудару керек. Инновациялық қызметке инвестиция тарту үшін несие пайызын төмендету керек. Бизнес жоспарда маңызды орынды маркетингтік зерттеулер алады. Оның негізінде өнімді тұтынушылардың төлем қабілеттілігінің деңгейі анықталады. Капитал салымының өтелу мерзімі екі жылдан аспауы керек.

Шетелдік компаниялар тәжірибесіне сүйене отырып акционерлі капиталда жаңа өнім өндірумен байланысты ірі және орта жобаларды қаржыландырудың көзі болып табылады. Қазақстанның шаруашылық тәжірибесінде қарыз міндеттемесін қажет қаржылық ресурстарды тарту үшін жер инновациялық қызмет үшін шығару кең таралмаған. Себебі, оны қайтару мерзімінің ұзақтығы мен кірісінің төмендігі және оған деген мемлекеттік кепілдіктің жоқтығынан.

Сондықтан қарыз шарты инвесторлар үшін тиімді болуы керек. Соның нәтижесіне қаржылық тұрақтылығы мен экономикалық өсу кезеңіне жетуге деривативтер таралуы керек опциондар мен варианттар. Оларға корпоративті құнды қағаздарды алу құны сатылады. Ол да инновациялық қызметке қажет қаржы қаражатын тартуға мүмкіндік береді. Қазақстан экономикасының нақты саласындағы кіріс деңгейі экономикалық өсу мүмкіндіктерін анықтайды және келіксілерге байланысты болып келеді. Ұлттық тауар өндірушілердің өніміне бағаның әлемдік конъюктурасына себеі экспорттан қолма-қол ақша көп түседі. Табиғи монополия қызметіне бағаның өсіуіне. Қарыз капиталының құнына сондай-ақ экономикадағы ақшаның сан және сапасына [3].

Капиталдың жетіспеуі-өндірістік мүмкіндіктің іске асуымен импорт алмастыру және сұраныстың кеңейтуге кедергі болыатын себептердің бірі болып табылады. Зерттеулер нәтижесінде кәсіпорындардың тек жартысы ғана өз кірісін өндірісті дамытуға бағыттайтыны анықталды. Кірістің көп бөлігі қызметкерлердің еңбек ақысын жоғарылату мен мемлекеттік құнды қағаздарды жинақтауға жұмсалатын екен.

Инновациялық қызметті дамытуға арналған қаражаттан басқа ғылыми -техникалық бағдарламалардың және маңызды жобалардың шеңберінде республикалық бюджет қаражаты есебінен қолданбалы ғылыми зерттеулерді қаржыландыру сақталады. Қазақстан Республикасының ұлттық инновациялық жүйесін қалыптастыру және дамыту жөніндегі 2005-2016 жылдарға арналған бағдарламасының жалпы құны 139 795,13 млн теңге, оның ішінде республикалық бюджеттен - 77 272,3 млн теңге құрайды, кем дегенде 60 410,83 млн теңге сомасында отандық және шетелдік капиталды тарту жоспарлануда.

Кесте 1 – Қазақстан Республикасының инновациялық қызметке арналған бюджеттік процессі, млн теңге

	Шығындар, барлығы	Инновация- лық инфра- құрылым	Венчурлік қорлар құру және иннова- циялық жоба- ларды және ҒЗКТЖ-ны қаржыландыру	Басқа іс- шаралар
<i>Барлығы</i>	139 795,13	7544,80	126 787,23	5 463,10
Республикалық бюджет	77 272,30	5 282,80	66 526,40	5463,10
Жергілікті бюджет	2 112,00	2 112,00	-	-
Жеке капитал	60410,83	150,00	60260,83	-
<i>1 кезең 2005-2007 ж</i>	38 797,50	7544,80	28156,83	3095,97
Республикалық бюджет	24786,77	5282,80	16408,00	3095,97
Жергілікті бюджет жалғасы	2112,00	2112,00	-	-
Жеке	11898,73	150,00	11748,73	-

Капитал				
2005 жыл	11313,51	4094,80	6668,21	550,50
Республикалық бюджет	6654,90	3582,90	2521,60	550,50
Жергілікті Бюджет	512,00	512,00	-	-
Жеке капитал	4146,61	-	4146,61	-

2006 жыл	15824,94	1850,00	12034,61	1940,33
Республикалық бюджет	10728,33	900,00	7888,00	1940,33
Жергілікті бюджет	800,00	800,00	-	-
Жеке капитал	4296,61	150,00	4296,61	-
2007 жыл	11659,04	1600,00	9453,91	605,13
Республикалық бюджет	7403,53	800,00	5998,40	605,13
Жергілікті бюджет	800,00	800,00	-	-
Жеке капит	3455,51	-	3455,51	-
Жалғасы				
2008-2010 ж	48782,67	-	47670,54	1112,13
Республикалық бюджет	30814,03	-	29701,90	1112,13
Жергілікті бюджет	-	-	-	-
Жеке капитал	17968,64	-	17968,64	-
2011-2013 ж	31328,98	-	30575,98	753
Республикалық бюджет	13002,9	-	12249,9	753
Жергілікті бюджет	-	-	-	-
Жеке капитал	18326,08	-	18326,08	-
2014-2016 ж	20885,98	-	20383,98	502
Республикалық бюджет	8668,6		8166,60	502
Жергілікті бюджет	-	-		
Жеке капитал	12217,38	-	12217,38	
<i>Ескерту: [4] әдебиет негізінде автормен құрастырылған</i>				

Инновациялық қызметті дамытуға арналған қаражаттан басқа ғылыми-техникалық бағдарламалардың және маңызды жобалардың шеңберінде республикалық бюджет қаражаты есебінен қолданбалы ғылыми зерттеулерді қаржыландару сақталады. Салалық ғылыми-техникалық бағдарламалар бойынша орындалған қолданбалы ғылыми әзірлемелердің біраз көпшілігі ҰИҚ және технологиялық парктер арқылы одан әрі коммерциализацияланатын болады.

Осы ретте республикалық бюджеттен инновациялық инфрақұрылымды дамытуға, инновациялық жобаларды және инновациялық қызметті дамыту жөніндегі басқа іс-шараларды қаржыландыруға, сондай-ақ қолданбалы ғылыми зерттеулерді, оның ішінде ғылыми-техникалық бағдарламалар арқылы қаржыландыруға бөлінетін жыл сайынғы қаражат көлемі тиісті жылға бюджетті қалыптастыру кезінде анықталатын болады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. В.А. Швандара,
2. «Қаржы-қаражат — финансы Қазақстана», 2005 -1.
3. Инновациялық қызмет туралы заң. Қазақстан Республикасының 2006.03.23. N 135 Заңымен.
4. Қазақстан Республикасының Статистика жөніндегі комитетінің ресми сайты: <http://www.stat.gov.kz>

РОЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Абдрашова А.М. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Профессиональный менеджмент – это способ управления организацией, при котором организация принимает осознанные решения, действует адекватно существующему положению и тенденциям во внешней и внутренней среде, что приводит её к высокой конкурентоспособности и финансовой устойчивости, а также оправдывает ожидания собственников, акционеров и лояльных работников.

Управляющая подсистема несет ответственность за все происходящие процессы в системе инновационного менеджмента. К составляющим подсистемы относят: управление персоналом, разработку управленческого решения, координацию выполнения инновационных проектов. Именно эти компоненты обуславливают качество всех остальных подсистем системы менеджмента инноваций.

Инновационная направленность функций управления персоналом наиболее характерна для инновационных организаций, действующих в высокотехнологичных отраслях производства, и организаций, руководствующихся предпринимательской стратегией.

В основе органической структуры лежит гибкость управления, не делается акцент на применение формальных методов управления, специалисты принимают участие в принятии управленческих решений, используется минимум иерархических уровней. Она эффективна при использовании высоких технологий в условиях подвижного внешнего окружения.

На процесс формирования инновационной системы влияет уровень инновационного потенциала предприятия, т. е. его возможности в достижении поставленных целей. Реализация этих целей выступает как один из способов получения высокой прибыли, увеличение конкурентных возможностей на рынке, решение проблемы выживания и конкретно кризисной проблемы. Предприятие тем успешнее избегает кризисные ситуации, чем больше инновационный потенциал предприятия.

Существуют управленческие и технические факторы, которые определяют инновационный потенциал предприятия:

- 1) состояние системы управления;
- 2) уровень развития производства;
- 3) тип организационной структуры;
- 4) тенденции действующей политики;
- 5) понимание потребности в изменениях и готовность к ним персонала.

На следующие группы можно подразделить факторы, которые определяют уровень инновационного потенциала:

- 1) факторы инновационного процесса как непосредственно самостоятельного объекта управления;
- 2) факторы внешней среды;
- 3) факторы внутренней среды.

Эта группа представляет собой набор собственных внутренних возможностей как сложной системы, которая определяет ее развитие.

Постановка целей, разработка проектов и инновационных решений – такие элементы инновационного процесса здесь выделяют в первую очередь.

Состав складывается из возможностей данного предприятия. Эти возможности проявляются в широком спектре аспектов:

- 1) финансово-хозяйственное положение;
- 2) положение организационной структуры управления;
- 3) организационно-технический уровень коммуникационной системы;
- 4) величина материальных и инновационных ресурсов.
- 5) профессионализм и решительность управленческих кадров.

Организация инновационной деятельности – это создание организационной структуры предприятия, осуществляющего инновационную деятельность.

К важнейшим функциям структуры предприятия относятся: получение и классификация научно-технических разработок; повышение квалификации кадров; получение научно-технических сведений из внешних источников; совместная работа сотрудников предприятия с подразделениями маркетинга; информационный обмен внутри организационной структуры; развитие и стимулирование творческого подхода к решению поставленной цели.

Дивизионная структура – это департаментное разделение обязанностей, в основе которого лежат проектное управление, разделение деятельности предприятия по нескольким направлениям в зависимости от вида продукта, научная дисциплина, планирование и прогнозирование.

Дивизионная организационная структура используется:

- 1) на значительных производственных предприятиях с невысокой подвижностью подразделений и сильно развитой бюрократической системой управления;
- 2) в крупных многофункциональных корпорациях при наличии производства большой номенклатуры продукции.

При управлении инновационными процессами используют следующие формы управления: матричную, проектную, линейно-функциональную.

Матричная форма – это взаимодействие подразделений по образу матричной сетки, где горизонтальная ось представляет собой внедряемые инновационные проекты, а вертикальная ось представляет собой виды работ, выполняемых подразделениями. Применяется для проектов длительностью цикла до двух лет. Принцип формы заключается в выборе в проектную команду сотрудников из других подразделений на основе временного контракта.

Различают два вида матричной формы управления:

1) проектно-матричная – здесь сотрудники подразделений данного предприятия для выполнения проекта переводятся в прямое подчинение руководителю проекта на весь период его реализации. Руководитель проекта единолично осуществляет общее руководство по проекту. Эффект отмечается при ограниченном объеме сложных, отличных друг от друга проектов, которые требуют высокого качества работ;

2) функционально-матричная – здесь сотрудники, участвующие в проекте, действуют в рамках двойного подчинения. Руководитель проекта осуществляет общее руководство. Ответственность за основные, промежуточные и конечные итоги проектирования возлагается на руководителя проекта, при этом оставляют сложившуюся на предприятии систему разделения и кооперации труда. Проектная форма предполагает организацию единого временного коллектива работников – команды инновационного проекта – и концентрацию руководящих полномочий. Это качественно новая схема взаимосвязи подразделений и исполнителей проекта, применяется для управления крупномасштабными инновационными проектами в периоде времени более двух лет. Здесь наиболее полно реализуются требования системного подхода к управлению, где весь комплекс работ, направленный на решение поставленной задачи, рассматривается с точки зрения достижения поставленной цели или решения разрабатываемой проблемы. Данная форма управления имеет высокую оперативность и быстроту реализации проекта.

Линейно-функциональная форма – структурное разделение подразделений, в основе которой лежит принцип децентрализации управления при проведении работ по каждому инновационному проекту в отдельности. Она характеризуется многофункциональностью внутренней структуры, которая повторяет структуру предприятия. В ее основе находятся тематические и функциональные подразделения, специализирующиеся по видам работ и связанные в одну иерархическую структуру по принципу единоначалия.

Структурной специализации свойственно четкое распределение прав и обязанностей, что дает высокую производительность труда, эффективность работы, делает более простыми структуру и процесс управления.

Управлять рисками при внедрении и продвижении инноваций на рынок очень сложно, если принимать во внимание высокую долю неопределенности.

В большинстве секторов экономики во многом используются одинаковые методы и механизмы снижения рисков, следовательно, поэтому многообразие способов обеспечения экономической безопасности инновационной деятельности при реализации концепции приемлемого инновационного риска путем снижения его до допустимого и управления уровнем инновационного риска можно объединить в несколько следующих основных групп: избежание (уклонение от риска), компенсация (резервирование) риска, страхование, хеджирование, локализация риска, распределение (диверсификация) риска.

Инновационная деятельность имеет особенность – значительную отдаленность получения результатов реализации, это затрудняет оценку рисков.

Процесс управления рисками включает следующее:

- 1) планирование управления рисками;
- 2) идентификацию рисков;
- 3) качественную оценку рисков;
- 4) количественную оценку;
- 5) планирование реагирования на риски;

б) мониторинг и контроль рисков.

При воздействии разнообразных внешних и внутренних факторов риска используются разные способы их снижения.

При рассмотрении общепризнанных факторов представления инновации на рынок можно сделать вывод о том, что успех инновационных технологий может во многом зависеть от *системы управления*, применяющейся на предприятии вообще и инновационными технологиями в частности.

Список литературы:

1. Кибанова А.Я. - Управление персоналом: теория и практика. Управление инновациями в кадровой работе, 2014
2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 8-е издание. Пер. с англ. под ред. С.К.Мордовина. – СПб.: Питер, 2005. – 832 с.
3. И. Ю. Евграфова, Е. О. Красникова, Инновационный менеджмент.
4. Ульрих Д. Эффективное управление персоналом: новая роль HR-менеджера в организации. Пер. с англ. – М.: ООО ИД Вильямс, 2007. - 304 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕХНОПАРКОВЫХ СТРУКТУР РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Акимжанова А.А. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Внедрение технологических парков в мировую предпринимательскую среду определяет качественно новый подход к условиям реализации и обеспечения процессов предпринимательской деятельности и созданию благоприятной среды, в которой научные идеи превращаются в уникальную научно-техническую продукцию, осуществляют очередной рывок в области новейших технологий. Любой город или регион всегда заинтересован в расширении наукоемких производств, в стабильных темпах развития научно-технического потенциала территории, увеличении количества рабочих мест, формировании производственной и социальной инфраструктур, поддержке активной предпринимательской деятельности и постоянном стимулировании развития в регионе науки. Все это может обеспечить в регионе научно-технологический парк [1].

Известно, что Республика Казахстан стала первой страной на территории СНГ, создавшей комплексную законодательную базу для развития сети технопарков. Одним из основных направлений «Стратегии форсированного индустриально-инновационного развития Республики Казахстан», утвержденной в 2003 г. стало создание технопарков и научно-технологических зон в городах с развитой сетью научно-технических и промышленных организаций и предприятий с высоким научно-технологическим потенциалом.

В настоящее время в Казахстане существует двухуровневая система технопарков – национальная и региональная, функционирует 10 технических парков, которые расположены в разных областях Казахстана. Отличительная особенность национальных технопарков – наличие отраслевой направленности и режима СЭЗ с льготным налогообложением. Среди национальных научно-технологических парков следует выделить успешную деятельность Парк информационных технологий п. Алатау. Национальные технопарки ориентированы на создание в Казахстане новых отраслей, которые должны способствовать обеспечению будущей конкурентоспособности казахстанской экономики [2].

Одним из возможных вариантов объединения инновационных проектов и инновационной инфраструктуры в ближайшем будущем, пока процесс коммерциализации научных разработок не набрал критической массы, необходимой для полномасштабного функционирования крупных технопарков по западным моделям, является развитие технопарков, создаваемых при вузах.

Внедрение и работа технологических парков в Казахстане по современной европейской модели, имеющей следующие особенности:

- наличие здания, предназначенного для размещения в нем десятков малых фирм (это способствует формированию большого числа новых малых и средних инновационных предприятий, пользующихся всеми преимуществами системы коллективных услуг);

- система обслуживания, состоящая из сложного и простого сервиса, набираемого из фирм, которые образуют необходимый для сложившегося состава инновационных предприятий сектор обслуживания [3].

Можно сделать вывод, что за десять лет инновационная инфраструктура Казахстана как в плане размещения на территории республики, так и в плане распределения по отраслям, практически создана.

Однако более тщательный анализ говорит о том, что влияние технопарков на инновационное развитие Казахстана пока незначительно.

Существует несколько организационных форм, в которых успешно функционируют технопарки. Университет или НИИ могут быть единственным учредителем технопарка. Более часто встречается вариант, при котором парк имеет от 2 до 20 учредителей. Этот механизм управления значительно сложнее механизма с одним учредителем, однако считается более эффективным, особенно с точки зрения доступа к различным источникам финансирования. В случае нескольких учредителей формируется либо совместное предприятие, либо общество с ограниченной ответственностью. При этом вклад каждого из учредителей зависит от его ресурсов и обычно состоит в следующем:

- вуз - передача технологий, земля, оборотный капитал;
- местная администрация - земля, инфраструктура, гранты;
- банк - капиталовложения, финансовая экспертиза, венчурный капитал;
- промышленные предприятия - земля, инфраструктура, капиталовложения, экспертиза проектов

[4].

В технопарках Казахстана, как в большинстве стран Европы, наблюдается смешанная структура собственности, т.е. общественный и частный секторы совместно участвуют в организации научно-технологических парков. Например, структура собственности в ряде стран Европы выглядит следующим образом: 45% - смешанная собственность, 38% - общественная, 17% - частная. В качестве казахстанского примера можно выделить технопарк г. Караганды, учредителями которого являются АО «ЦИТТ» и аким области в лице Главного управления экономики и развития предпринимательства Карагандинской области.

Одной из характерных черт казахстанских технологических парков является их расположение на территории крупных предприятий с привлечением к работе ведущих высших учебных заведений и научно-исследовательских институтов. Так, три из десяти отечественных технопарков расположены на территории вузов, таких, как КазНУ им. аль-Фараби, НПУ им. К.Сатпаева, и ВКГТУ им. Д.Серикбаева; остальные семь осуществляют свою деятельность на территории промышленных предприятий и научных центров.

Часть казахстанских технопарков включает в себя так называемые бизнес-инкубаторы т.е. здания или несколько зданий, где в течение ограниченного времени (от 2 до 5 лет) вновь созданные малые предприятия арендуют помещения. За это время фирма должна реализоваться и выйти за пределы технопарка.

Однако, вне зависимости от форм организации успешно функционирующий технопарк может внести существенный вклад в экономику региона за счет:

- Стимулирования экономического роста региона
- Диверсификации местной экономики, что делает ее более устойчивой
- Развития успешных компаний малого и среднего бизнеса
- Увеличение доходов местного бюджета.

С 2004 года по 2009 год в Казахстане была создана законодательная основа, регламентирующая инновационное развитие страны. Вместе с тем, технопарки на этом этапе своего развития столкнулись с рядом проблем финансового и организационного характера, которые ограничили возможности технопарков по выполнению задач содействия инновационному развитию регионов. В 2012 году принят Закон РК «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности», в соответствии с которым создана комплексная система государственной поддержки.

Анализ деятельности технопарков в 2004-2009 годах выявил системные недостатки в организации их работы. В частности, – это проблемы с формированием уставного капитала, созданием инфраструктуры и производственных помещений. Региональными технопарками не обеспечено тесное взаимодействие с вузами, научными организациями, бизнес-средой. При участии вузов и научных организаций в создании технопарков возникают противоречия, связанные с отсутствием практики использования интеллектуальной собственности в виде вклада в уставной капитал и отсутствием гарантий по защите интересов вузов и научных организаций [5].

В настоящее время в работе региональных технопарков наметились положительные сдвиги, в том числе в рамках реализации программы технологического бизнес-инкубирования Национального агентства по технологическому развитию.

Основными направлениями деятельности технопарков будут являться:

1. Координация инновационного развития в регионе: – аналитические исследования в сфере инноваций и технологий; – экспертиза инновационных / инвестиционных проектов; – экспертиза региональных программ в области инноваций; – организация взаимодействия между участниками инновационных процессов; – информационная поддержка.

2. Сервисная поддержка инноваций: – предоставление инфраструктуры; – офисные услуги (бухгалтер, юрист, офис-менеджер и т.д.); – обучение; – консалтинг, инжиниринг (собственный + аутсорсинг); – содействие продвижению успешных инноваций.

3. Представительство НИФ: – представление инструментов государственной поддержки инноваций в регионе; – помощь в заполнении заявок на получение инструментов; – сопровождение заявок; – мониторинг деятельности получателей инструментов [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что для результативного функционирования региональных инновационных систем необходимо создание и совершенствование правовых и институциональных условий, формирование адекватной инновационной политики и ее успешная реализация, построение развитой инновационной и финансовой инфраструктуры, совершенствование механизмов государственной поддержки инновационной деятельности, полноценная научно-технологическая модернизация производственной деятельности как фактора спроса на инновации. Развитие перечисленных условий является приоритетными направлениями в совершенствовании инновационных систем, как регионов, так и страны в целом

Список литературы:

1. *Клименко А.* Технопарки Казахстана и России. http://www.kursiv.kz/news/details/arhiv/tehnoparki_kazahstana_i_rossii/.
2. *Калиаскарова Т.* По следам «Силиконовой долины» - обзор казахстанских технопарков. Власть. http://vlast.kz/article/po_sledam_silikonovoj_doliny_obzor_kazahstanskih_tehnoparkov-2061.html.
3. *Мушаева Д.* Анализ современного состояния развития технологических парков Республики Казахстан. <http://yandex.kz/clck/jsreidir?from>.
4. *Гневко В.А.* Университетский комплекс не может развиваться без новых идей // Аккредитация в образовании. 2011. № 11. с.58-60.
5. *Верховода Д.Б.* Уникальный технопарк – сфера высоких технологий // Аккредитация в образовании. 2014. № 2. с.54-56.
6. *Сметанов А.Ю., Прокопьева И.П.* Технопарки как инструмент повышения эффективности малого и среднего инновационного предпринимательства // Высшее образование сегодня. 2011. № 10. с.2-5.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РК

Алибаева Ж.Р. –магистрант

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Исследование инструментов антикризисного управления, в частности технологическая модернизация, усовершенствованный рекламный менеджмент, в период финансовой нестабильности является актуальной проблемой. Использование их на практике - это поиск нового пути развития банковской системы через осмысление ее как сферы предоставления услуг. В результате финансового кризиса 2008 г. в банковской сфере Казахстана вскрылись такие внутренние проблемы деятельности, как низкий уровень корпоративного управления, слабый риск-менеджмент и др., с учетом этого негативного опыта банки стали более тщательно анализировать все риски, искать новые подходы к возвращению своего динамического развития. По данным Национального Банка Республики Казахстана за 2010 г. финансовая устойчивость банковской сферы, после финансового кризиса 2008 года, по 4-м индексам (индекс капитализации, индекс качества ссудного портфеля, индекс кредитного риска, индекс эффективности деятельности) достигла максимальной шкалы оценки «4», а состояние оценивалось как «критическое» [1]. Однако есть и положительные моменты, банки стали понимать, что, несмотря на все трудности экономики, очень многое зависит и от их внутренней среды, от собственников и менеджеров, от стратегии развития, и самое главное, от поиска новых инструментов антикризисного управления, способных противостоять влиянию. Суть исследования состоит в том, здесь обоснован подход к использованию банками таких инструментов как технологическая модернизация и усовершенствованный рекламный менеджмент как в роли ключевых факторов формирования динамического развития в условиях кризиса.

В связи этим в настоящее время возникает необходимость в изучении следующих вопросов:

- исследование современных инструментов антикризисного управления;
- анализ технологической модернизации как нового инструмента антикризисного менеджмента в банковской сфере;
- применение банками активного рекламного менеджмента - как одного из способа расширения сферы потребления банковских услуг и продуктов.

Перейдем к изучению современных инструментов антикризисного управления, направленных на преодоление убыточности организации и реализующихся посредством системного подхода к функционированию банков. Системный подход необходим для рассмотрения организации с точки зрения совокупности взаимосвязанных элементов, таких как люди, структура, задачи и технология, которые нацелены на общие достижения в условиях меняющейся внешней среды. В период кризиса организация, начинает пересматривать и оценивать свои внутренние ресурсы, и на данном этапе очень важна роль антикризисного управления компании.

Само понятие «антикризисное управление» появилось в 90-х гг. в связи с резким возрастанием неплатежеспособных предприятий в условиях формирования рыночной системы. Антикризисное управление является новым направлением управленческой науки, связанным с изучением приемов и методов по предотвращению банкротства, а также, это микроэкономический процесс с комплексом методов по реализации антикризисных процедур применяемых к конкретной организации. Целью антикризисного управления является устойчивое развитие предприятия, которое проявляется в стабильности финансовых показателей и предотвращении повторного кризиса. Под кризисом (от гр. krisis - решение, поворотный пункт, исход) понимается - резкий, крутой перелом; тяжелое переходное состояние; острая нехватка чего-либо. Банковский кризис – это кризис банковской системы страны, обычно – одно из проявлений финансового кризиса, когда он происходит в этой стране [2]. Он может отличаться по характеру распространения, по глубине и остроте, по числу затронутых финансовых институтов и ряду других признаков. Так, по масштабам охвата банковские кризисы делятся на локальный (кризис отдельного банка), региональный (в рамках одного региона), системный банковский кризис (затрагивает деятельность банков в масштабах всей страны или большинства ее регионов), международный (глобальный). Каждая банковская система проходит через кризисные состояния. Задачей банковского антикризисного менеджмента является сократить отрицательный эффект воздействия этих кризисных состояний, а также максимально больше получить от него полезный результат. Проводя диагностику кризиса банка, антикризисное управление выявляет причины и основные факторы, способствующих развитию кризисных ситуаций. От полученных данных определяют основные направления банка, будь то новые решения или уже использованные методы других организаций, с целью ликвидации кризисных ситуаций. В современном мире технологии, отрасли, экономики, государства и общества подвержены постоянным изменениям, а периодически возникающий кризис еще больше приводит к переосмыслению существующих и поиску новых инструментов антикризисного управления.

Все чаще среди современных инструментов антикризисного управления можно заметить тенденцию к снижению использования теории предсказательной способности, определяющей финансовую устойчивость организации и переход к более продуктивным и точным методам. Это можно объяснить тем, что организация представляет собой социально-экономическую систему, объединяющую в себе различные ресурсы, и все изменения внешних факторов воздействия имеют способность отражаться на самой организации и также наоборот. В этой ситуации выделяют новый инструмент - технологическая (техническая) модернизация – это развитие организации по запросам соответствующим современной внешней среды, т.е. изменение в отношении более продвинутых конкурентов. Этот инструмент очень популярен на данный момент среди банков Казахстана, так мы можем увидеть усовершенствование в технологическом плане в таких банках как QazKom, KaspiBank, Eurasian bank и другие. В связи с растущей тенденцией использования электронного банкинга или по другому «интернет-банкинг», сейчас почти все банки Казахстана предлагают, на платной или бесплатной основе, для своих клиентов эту услугу. Согласно отчету по анализу интернет-банкингов банков второго уровня Казахстана, опубликованному на интернет портале Ranking.kz, по данным на сентябрь 2016 года, банки все больше берут направление на развитие нового сегмента платежеспособной аудитории — активно использующихся интернетом. Еще в начале 2010-х интернет-банкинг для розничных потребителей предлагали меньше десятка банков, то в настоящий период из 34 банков второго уровня 23 предлагают своим клиентам возможность безналичной оплаты своих счетов и покупок через этот продукт [3].

В антикризисном управлении немаловажную роль выполняют маркетинговые коммуникации и информация, здесь динамичность и своевременность действий в большей степени зависит от правильности и достоверности информации. Это связано с тем, что большинство потенциальных потребителей узнают о новых товарах и услугах, где применяются новые технологии и решения, именно благодаря рекламе – соответственно, новые товары быстрее получают спрос, а значит, новые технологии и производство развиваются быстрыми темпами.

Рассматривая рекламу как инструмент антикризисного управления, можно определить, что функция ее состоит в создании и обеспечении надежной связи между производителем и потребителем, целью которой является стимулирование продаж и повышение прибыли предприятия.

По Котлеру Ф. реклама (от латинского слова «*rek-lamare*» — «громко кричать или извещать») «представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования» [4]. Реклама в более широком смысле, это любое своего рода обращение производителя к потенциальному потребителю. Рекламный менеджмент таких банков как QazKom, KaspiBank, Eurasian bank активно работают по внедрению новых продуктов для потенциальных потребителей, тем самым расширяя свою аудиторию потребления. Мы, потребители, можем с легкостью услышать или увидеть рекламу о продуктах этих банков повсюду, будь то магазины, сидя дома у телевизора, пользуясь интернетом и многие другие места. Так, к примеру, на казахстанском банковском рынке начал активно внедряться ранее неразвитый продукт - кредитные карты. Этот продукт позволил выдавать кредиты населению, но уже на других условиях, таким образом, клиенты банка не выразили возмущений, а приняли его как абсолютно новый продукт. По итогам Ranking.kz за один только август количество активных кредитных карт достигло 1,04 миллиона. Для сравнения, общее количество активных банковских карт выросло к июлю 2016 на 1%, до 7,84 миллиона. За год количество активных кредиток увеличилось сразу в 2,53 раза. При этом за тот же период общее число использованных карт выросло всего на 12,5%, дебетных - на 9% [5]. Эти показатели отражают видимый и быстрый результат работы рекламы и рекламного менеджмента как нового инструмента антикризисного управления.

В современных условиях, постоянно меняющихся, основными качественными показателями работы антикризисного управления все больше становятся творчество, нестандартный подход, отношение менеджеров к работе, качество выпускаемого продукта и надежность организации, которые сложно объективно измерить. Поэтому в критерии эффективности работы антикризисного управления включены и нефинансовые факторы. Таким образом, можно сделать вывод, что в условиях кризиса для организации важен не только четко разработанный план антикризисного управления, но и готовность принять или разработать новые инструменты по урегулированию кризисной ситуации.

Список литературы:

1. Оценка финансовой устойчивости банковской системы на базе агрегированного индекса финансовой устойчивости Национального банка РК – URL: <http://nationalbank.kz/cont/kfn/36/14/publish14-2004557372..pdf>
2. Финансово-кредитный энциклопедический словарь – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fw/dic
3. Анализ интернет банков БВУ. Сентябрь 2016 – Материалы проекта по мониторингу экономики Казахстана в формате рэнкингов «Ranking.kz» - URL: <http://www.ranking.kz/ru/a/reviews/analiz-internet-bankov-bvu-sentyabr-2016>
4. Котлер Ф. Основы маркетинга - URL: http://polbu.ru/kotler_marketing/ch63_i.html
5. Обзор рынка кредитных карт Visa Electron / MasterCard Maestro и Visa Classic / MasterCard Classic. Август 2016 - Материалы проекта по мониторингу экономики Казахстана в формате рэнкингов «Ranking.kz» - <http://www.ranking.kz/ru/a/reviews/obzor-rynka-kreditnyh-kart-visa-electron-mastercard-maestro-i-visa-classic-mastercard-classic-avgust-2016>
6. Садыкова А. Э. Основы антикризисного управления в коммерческом банке – Материалы IV международной научной конференции «Экономика, управление, финансы» - г. Пермь, 2015 г.

ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУДЫ ЖЕТІЛДІРУ

Амандыкова М.Т. – магистрант

ал-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Кез-келген мемлекеттің даму тарихын зерделеу арқылы оның бәсекеге барынша қабілетті болып қалыптасуы мен жалпы әлеуметтік-экономикалық әлеуетінің артуын қамтамасыз ету тікелей кәсіби білікті мамандарға және оңтайлы жүргізілген кадрлық саясатқа байланысты екенін көруге болады. Осы ретте, біздің елімізде де мемлекеттік кадр саясатының мән-маңызы жоғары, өзектілігі өте ерекше.

Қазақстанның демократиялық, зайырлы, құқықтық және әлеуметтік мемлекет ретінде дамуының қозғаушы күші кадрлар болып табылатын жоғарғы деңгейлі мемлекеттік қызметсіз мүмкін емес. Сол себептен де мемлекеттік қызмет кадрларын қалыптастыру, мемлекеттік билік органдарының көкейкесті мәселелері болып табылады. Қазіргі таңда Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік және жергілікті құрылымдардың тиімді жұмыс сапасын жоғарылату үшін, қабілетті, кәсіби дайындалған мемлекеттік қызметшілерді қалыптастыру өзекті мәселе болып отыр.

Осы орайда ҚР Президенті Н.Назарбаев өзінің халыққа жолдаған «Қазақстан-2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында былай деп атап көрсетті: «Жаңа экономикалық саясат табыстылығының басты шарты кадрлар арқылы нығайтылуға тиіс. Бұл үшін біз: басқарушылық ресурсын жетілдіруге тиіспіз, әрі бұл үшін бізде резервтер бар» [1].

Демек, мемлекеттік қызмет персоналын басқару қазіргі уақытта Қазақстан үшін маңызды әрі өзекті мәселелердің бірі болып табылады. Сондай-ақ экономиканың қазіргі даму кезеңінде дүние жүзінің көптеген елдерінің де негізі проблемаларының бірі персоналмен жұмыс жасау болып табылады. Бұл мәселені шешу жолдарының көптігіне қарамастан өнеркәсібі дамыған әр түрлі елдерде кадрларды таңдау процедуралары мен әдістерін бір қалыпқа келтіру; оларды бағалаудың ғылыми критерийлерін дайындау; персоналды басқарудың қажеттілігін талдауға ғылыми әдістерді пайдалану, кадрлық шешімдерді негіздеу және олардың жариялылығын кеңейту; мемлекеттік және шаруашылық шешімдерді кадрлық саясаттың негізгі элементтерімен жүйелі түрде байланыстыру негізгі ортақ үрдіске айналып отыр. Сондықтан, біз мемлекеттік басқару жүйесіндегі персоналды дұрыс басқарудың шешімдерін шетелдік тәжірибемен үйлестіруіміз керек.

Қазақстан тәуелсіздігін алған соң мемлекеттік басқару жүйесін іске асыру бойынша үлкен жұмыстар атқарылды: заңдық база әзірленген, кадрларды ротациялау және іріктеу механизмдері қалыптасқан, мемлекеттік қызметшілермен жұмыс бойынша арнайы ведомство құрылған, мемлекеттік сектор қызметшілері қатарындағы тәртіпті нығайту бойынша шаралар, олардың біліктілігін жоғарылату және әлеуметтік мәселелерді шешу мүмкіндіктері кеңейтілген. Алайда, осындай шараларға қарамастан, мемлекеттік басқару жүйесіндегі персоналды басқару тиімділігі әлі де қалтықсыз емес. Сондықтан, оны жетілдіру жөніндегі мәселе туындайды. Ол өз кезегінде мемлекеттік қызметшілердің кадрлар жағдайын, оларды қызметке қабылдау, аттестаттау, білімін жетілдіру мәселелерін қарастыруды талап етеді.

ҚР-дағы мемлекеттік қызметшілердің кадрлар жағдайы жайлы 2010-2015 жылдар бойынша салыстырмалы талдау нәтижесі 1-кестеде бейнеленген.

Кесте 1 – Мемлекеттік қызметшілердің кадрлар жағдайы

Мемлекеттік қызметшілер саны	2009ж	2010ж	2011ж	2012ж	2013ж	2014ж	2015ж
штат бойынша	102747	90730	91559	98980	93035	99318	98886
факт бойынша	96935	87389	87422	86385	86877	86963	87232

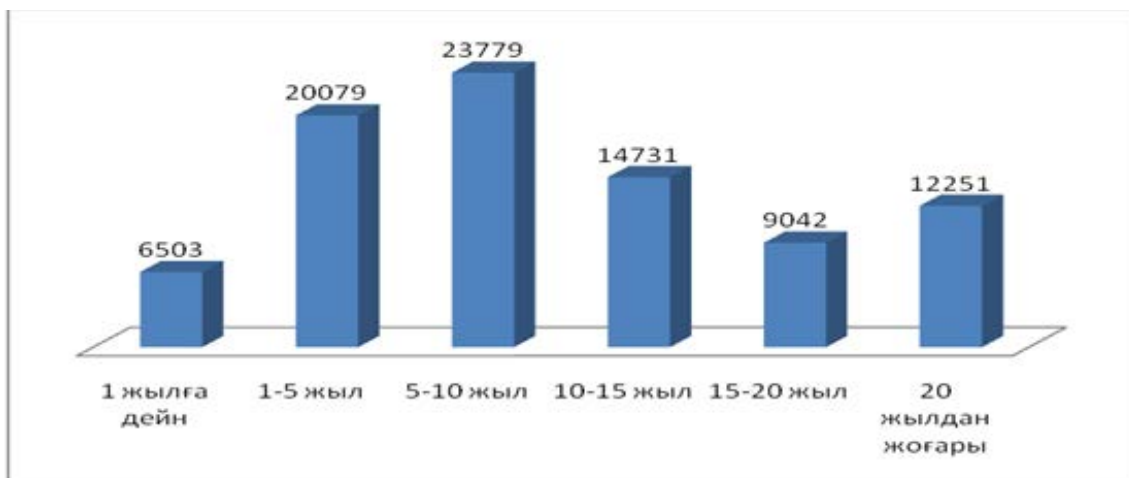
Ескерту: [2] әдебиет негізінде автор құрастырған

Мониторинг мемлекеттік қызметшілердің сандық және сапалық құрамын, сондай-ақ персоналды басқару саласындағы қазіргі ахуалды айқындауға бағытталған.

2015 жылдың 1 қаңтарында мемлекеттік қызметшілердің штаттық саны 98 886 бірлікті құрады.

2010 жылы персонал санының күрт төмендеуінің себебі, Республика Президентінің 2010 жылғы 27 қыркүйектегі ҚР мемлекеттік қызметшілер санын қысқарту жөніндегі қаулысымен байланысты. Алайда, мемлекеттік қызмет жүйесіндегі реформалау мен жаңа концепция негізінде 2011 жылдан бері мемлекеттік қызмет жүйесі білікті кадрлармен қамтамасыз етіле бастады және қызметшілер саны өсті. Жалпы мемлекеттік қызметшілерді қысқарту ісі әлемдік тәжірибеде кеңінен қолданылды.

Жалпы, республика бойынша мемлекеттік қызметшілердің еңбек өтілі жағдайын 1- суреттен көруімізге болады.



Сурет 1. ҚР-дағы еңбек өтілі бойынша мемлекеттік қызметшілер саны
*Ескерту - [2] әдебиет негізінде құрастырылған

Атқарып отырған лауазымындағы орташа жұмыс ұзақтығы 26732 (30,7%) адамда 1 жылға дейін, 15860 (18,3%)-да – 1 жылдан 2 жылға дейін, 12313 (14,2%)-да – 2 жылдан 3 жылға дейін, 8246 (9,5%)-да – 3 жылдан 4 жылға дейін, 8246 (9,5%)-да – 4 жылдан 5 жылға дейін, 3609 (4,2%)-да – 5 жылдан 6 жылға дейін, 3194 (3,7%)-да – 6 жылдан 7 жылға дейін, 3121 (3,6%)-да – 7 жылдан 8 жылға дейін, 1745 (2%)-да – 8 жылдан 9 жылға дейін, 1428 (1,6%)-да – 9 жылдан 10 жылға дейін, 4792 (5,5%) адамда – 10 жылдан астам.

Атқарып отырған лауазымындағы орташа жұмыс ұзақтығы 1 жылға дейін құрайтын 26732 адамның ішінен 6959 (26,1%) мемлекеттік қызметке жаңадан түскендер болып табылады. Жұмыс өтілінің ең көп саны 5-10 жылға дейін жұмыс өтілі бар қызметшілер, олардың саны - 23 779 құраған.

Қазіргі таңда Қазақстан Республикасында мемлекеттік әкімшілік қызметке тұруға іріктеу конкурстық негізде жүргізіледі. Іріктеу ҚР-ның "Мемлекеттік қызметі туралы" заңы мен нормативтік-құқықтық актілер негізінде реттеледі. Әкімшілік мемлекеттік қызметке іріктеу жүргізу жүйесі ҚР-дың барлық мемлекеттік органдарына қатысты болып табылады. Тек саяси мемлекеттік қызметшілер, құқық қорғау және әскери қызмет етуші тұлғалар сайлау немесе тағайындау арқылы іріктеледі.

Жаңа қабылданған заң негізінде «Б» корпусының мемлекеттік лауазымдарына алғаш рет кіретін немесе мемлекеттік қызметті тоқтатқаннан кейін оған қайтадан кіретін азаматтар бірнеше іріктеу кезеңдерінен өтеді. «Б» корпусы мемлекеттік қызметшілер құрамына кіру кезеңдері 2-суретте көрсетілген.



Сурет 2 - “Б” корпусы мемлекеттік қызметшілер құрамына кіру кезеңдері

Ескерту: [2] әдебиет негізінде автор құрастырған

Конкурс комиссиясының шешімі мен конкурс комиссиясының оң қорытындысын алған кандидаттардың тізімі конкурс өткізілгеннен кейін бес жұмыс күн ішінде мемлекеттік органның ақпараттық қабырғаларында, баршаға көрінетін жерлерге, сондай-ақ оның интернет-ресурсына орналастырылады.

Мемлекеттік қызметшілердің біліктілігін арттыру және қайта даярлаудың басты мақсаты - мемлекеттік басқару және мемлекеттік қызмет саласындағы теориялық және практикалық білімді жүйелі жаңарту, олардың кәсіби міндеттер мен қызметтерді шешудің қазіргі заманғы әдістерін игеруі, басқару шеберлігін жетілдіру болып табылады [4].

Қарастырылып отырған мәселені тұжырымдайтын болсақ, мемлекеттік қызмет жүйесіндегі персоналды басқаруды жетілдірудің жолдарына бірнеше ұсыныстар бере кетсек:

Мемлекеттік қызметшілерді тестілеуден өткізу жүйесін жетілдіру.

Қазіргі кезде еліміздегі қолданылатын мемлекеттік қызметшілерді тестілеу жүйесінде бірқатар кемшіліктер бар.

Біріншіден, ашықтық пен бірыңғайлық қағидасымен жүргізілетін конкурстық іріктеу болса да, азаматтардың көбісі тестілеу мен әңгімелесудің шынайылығына сенбейді. Әлеуметтік сауалнаманың қорытындысы бойынша сұралушылардың 33%-ы тестілеу мен әңгімелесудің ашықтығы төмен дәрежеде және ол көбінесе субъективтілік пен сыбайластыққа қарай орын алады деп санайды.

Екіншіден, конкурстық комиссия төмен дәрежелі мамандарды қабылдағаны үшін жауапқа тартылмайды. Сол үшін Сыртқы бақылау (аудио және видео жазбалар) қызметін күшейту керек.

Үшіншіден, көптеген шетелдік мемлекеттерде үміткерлер мемлекеттік қызметке қатысты эссе жазады. Эссенің маңыздылығын көрсету керек.

Жоғарыда көрсетілген мәселелер негізінде мынадай ұсыныстар жасауға болады:

- мемлекеттік қызметшілердің іріктеуден өту кезінде құқықтық жауапкершілікті күшейту;

- іріктеу жүйесіне шетелдік тәжірибелерді кірістіру;
- мемлекеттік қызметке іріктеу кезінде мемлекеттік қызметке қатысты эссе жаздыру.

Мемлекеттік қызметшілерді оқыту жүйесін одан әрі дамыту.

Қазіргі уақытта мемлекеттік қызметшілерді оқыту бойынша оқытудың түрлері мен кезеңдері, оқытуға жіберудің жүйесі анықталып, Қазақстан Республикасындағы орталық және аймақтық деңгейдегі оқытудың біртұтас стандарты енгізілді. Бұл жерде атап өту керек, ТМД мен Шығыс Еуропа елдерінде белсенді түрде зерттеліп жүрген мемлекеттік қызметшілерді оқытудың жаңа моделі қолданылып отыр. Дей тұрғанның өзінде, бүгінде еліміздегі мемлекеттік қызметшілерді оқыту жүйесінде бірқатар кемшіліктер бар. Соған байланысты еліміздегі оқыту жүйесіне төмендегідей ұсыныстар жасауға болады.

- мемлекеттік қызметшілерді даярлау, қайта даярлау және олардың біліктілігін арттыру бағдарламалары анағұрлым икемді болуы мен мемлекеттік басқару және мемлекеттік қызмет жүйесі жұмыс істеуінің озық әлемдік практикасын енгізу керек деп ойлаймыз.

- «А» корпусының лауазымына тағайындалған мемлекеттік қызметшілер үшін лауазымдық міндеттерін тікелей орындауға кірісу алдында менеджмент, стратегиялық жоспарлау, тиімді басқару шешімдерін қабылдау саласында білім алуға бағытталған қысқа мерзімді оқытудан өту мүмкіндігі көзделуі тиіс.

- бюджет қаражатын үнемдеу және оқытуға тындаушыларды кеңінен тарту үшін жетекші шетелдік мамандарды шақыра отырып, біліктілікті арттыру курстарын өткізу қамтамасыз етілуі керек деп есептейміз.

Қорытынды

Жүргізілген зерттеулер келесідей тұжырымдар жасауға мүмкіндік береді:

Қазақстан Республикасының қазіргі кезеңдегі экономикалық және саяси өмірінде персоналды басқару, яғни адам ресурстарын басқару аса маңызды рөл атқарады, себебі, ол өндіріс тиімділігін арттырудың негізгі факторларының бірі болып табылады.

Кадрларды жоспарлау қанша қызметші бар, олардың біліктілік деңгейі қандай, персоналды жоспарлауда қашан және қай жерде қажет болады, қажетті персоналды қалай тартуға болады және артық персоналды қалай қысқартуға болады, әлеуметтік аспектілерді ескере отырып, штат қысқартуды немесе штатқа тартуды қалай пайдалануға болады, кадрлардың біліктілігін арттыруға қалайша мақсатты түрде жәрдемдесуге болады және олардың білімдерін өзгертіп отыратын талаптарға сәйкес бейімдеуге болады, жоспарланған кадрлық іс-шаралар қандай шығындарды талап етеді деген сияқты сұрақтарға жауап береді.

Сонымен қорытындылай келе, мемлекеттік қызмет персоналын тиімді басқару үшін келесі шаралар жүзеге асырылуы тиіс:

- халықтың кадрларды іріктеу жүйесіне сенім деңгейін арттыру;
- мемлекеттік қызметшілердің кәсібилігін арттыру;
- мемлекеттік қызмет көрсетудің сапасын арттыру;
- қызметтік этиканың сақталуына бақылаудың тиімділігін арттыру.

Әдебиеттер тізімі:

1. Назарбаев Н.Ә. «Қазақстан-2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауы // Егемен Қазақстан. – 2012. – 14 желтоқсан.
2. Қазақстан Республикасы мемлекеттік қызмет істері агенттігінің ресми-интернет қоры. <http://www.kyzmet.gov.kz>
3. Мемлекеттік қызмет істері агенттігі төрағасының 2013 жылғы 19 наурыздағы бұйырығымен бекітілген мемлекеттік қызметшілерді және мемлекеттік әкімшілік лауазымдарға орналасуға кандидаттарды тестілеу ұйымдастырудың Ережелері
4. «Қазақстан Республикасының мемлекеттік әкімшілік қызметшілерін қайта даярлау және олардың біліктілігін арттыру ережесін бекіту туралы» № 1457 ҚР Президентінің Жарлығы.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУДЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН БОЛАШАҒЫ

Тажиева С.К. – э.ғ.к., доцент

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Бүгінгі таңда Қазақстан күрделі экономикалық және саяси міндеттерді табысты шешуде басқа елдерге үлгі болатын деңгейге көтерілді. Ендігі уақытта Қазақстанның бәсекеге қабілетті 30 елдің көшбасшылығына ұмтылуы заңды құбылыс. Өйткені, еліміздің экономикалық әлеуеті мен қоғамдағы саяси тұрақтылық, демократияның дамуы оған мүмкіндік беріп отыр. XXI ғасыр білімнің, ақпараттың жаңа технологияның өрістеу ғасыры.

Инновациялар өнімділік пен еңбек тиімділігін ұлғайтуға мүмкіндік береді сондықтан мемлекет инновацияның өсуін қолдайды. Соңғы 5 жылда бұл саланы қолдау көлемі үш есе өсіп, 50 миллиард теңгеге жетті. Ғылыми зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарға (ҒЗТКЖ) арналған жиынтық шығыстар 49 миллиардтан 74 миллиард теңгеге дейін өсті, соның 30 миллиарды жеке сектор есебінен қаржыландырылды. Патент алу белсенділігі жағынан Қазақстан 141 елдің ішінде 42-орында. Елімізде инновациялық кластерлер қалыптасуда.

Осы бағытта инновацияның экономикадағы атқаратын қызметтерін қарастыруға болады. Ол мемлекет экономикасындағы маңыздылығымен шаруашылықтық үрдістегі рөлін көрсетеді. Мемлекет экономикасындағы инновацияның маңыздылығын ескере отырып, оның келесі атқаратын қызметтерін қарастыруға болады: қайтаөңдеуші, инвестициялық, ынталандырушы. Бірінші қызметі инновацияны өндіріс ауқымын кеңейтудегі қаржыны көбейту көзі ретінде қарастырады. Өндірісті кеңейту негізінде қалыптасқан кәсіпкерлік табыс экономиканың басқада салаларына инвестициялық салым ретінде қолданылуы мүмкін. Инновацияның өндірістік және инвестициялық қызметтерінің негізінде орын алған табыстылық кез келген коммерциялық шаруашылықтық қызмет көрсетуші шаруашылық субъектілерінің стратегиялық мақсаттарының біріне сәйкес келеді. Коммерциялық мақсаттың инновациялық экономикалық табыстылыққа сәйкес келуі, кәсіпкерлерді нарықты тұрақты түрде зерттеу арқылы, заманауи бағытта қаржыны басқарумен нарыққа сауатты маркетингтік зерттеулер жүргізу арқылы жаңа инновациялық өнімдер мен қызметтерді нарыққа шығаруды ынталандырады. Инновацияның ел экономикасындағы атқаратын қызметтері отандық экономиканың өндірістік қуаттылығын арттырып, отандық өндірістің экспортқа бағыттылығын, әлемдік экономика ортасындағы бәсекеге қабілеттілігін арттыруға негіз болады.

Инновациялар қазіргі уақытта – тек экономикалық өсуді, дамуды, жылжуды анықтайтын құбылыс қана емес, Инновациялар экономиканың барлық салаларында заманауи дамудың мәні болып отыр.

Инновациялар дегеніміз ғылыми-зерттеулердің немесе басқа аналогтардан сапалы түрде ерекшеленетін жаңа ашылулардың нәтижесі болып табылатын объект, технология, өнім формасында өндіріске немесе қызмет көрсету саласына енгізілген жаңалықтарды айтамыз.

Қазіргі уақытта дамыған елдерде экономикалық дамудың жаңа типі – инновациялық даму, яғни технологиялық революцияның жалғастырылуымен сипатталады.

Ұлттық инновациялық жүйе негізгі 4 элементтен тұрады [1].

- Инновациялық әлеует;
- Инновациялық кәсіпкерлік;
- Инновациялық инфрақұрылым;
- Қаржылық инфрақұрылым.

Дамыған елдердің тәжірибесінен байқайтынымыз, бүгінгі таңда инновациялық қызмет әлемдік жетекші елдердің мемлекеттік экономикалық саясатының басым бағыттарының бірі ретінде анықталған.

Елімізде үдемелі индустриялық-инновациялық дамытудың 2010-2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын табысты жүзеге асыру арқасында, мемлекетте тұрақты өнеркәсіп орнықты, бірақ оның кейбір түрлі салалары, 2015-2019 жылдарға арналған бағдарламадан кейінгі дамуды талап етеді. Қазіргі өнеркәсіптік саясаттың негіздері салынып, өнеркәсіптік дамуды қолдаудың құралдары мен тұра шетелдік инвестициялады баурау тәжірибе жүзінде сыналды.

Жалпы, 2010-2014 жылдарға арналған мемлекеттік индустриалды-инновациялық даму бағдарламасы келесі жағымды нәтижелерге әкеп соқты:

1. Көптеген нормативті құқықтық актілерді қабылдаумен өндірістік саясаттың негізі салынды;
2. Қазақстан өндірісінің әртараптануына негіз салынды: шикізатті емес экспорт, шикізатты емес сектор инвестициялары;
3. 500-ге жуық жаңа өнеркәсіп ашылды, олардың өңдеуші өнекәсіптегі бөлігі 9,4% құрады;
4. Индустриядағы жұмыспен қамтамасыз ету осы 4 жыл ішінде 9%-ға өсіп, 1млн-нан астам адам құрады;
5. Еңбек өнімділігі өсті;
6. Тура шетелдік инвестициялардың 90 млрд доллары жұмылдырылды;
7. Өнекәсіпті дамыту институттарының жүйесі жасалды.

Жүзеге асыру барысында, бағдарламаның 2015-2019 жылдардағы екінші сатысыныда ескеретін сабақтар алынды:

- Салалардың кең спектрі мемлекеттік қолдауды тиімді жұмсауға жол бермейді;
- Жүзеге асыру барысының сапасыз мониторингі;
- Мемлекеттік, жергілікті орындаушы органдардың дамыту институттарымен баяу өзара әрекеттесуі, ао ол уақыттық шығындарға әкеп соқтырады;
- Тиімділігі жетімсіз инвестициялау мен қаржылау жүйесі.

ҚР Статистика агенттігінің мәліметтеріне сәйкес 2013-2015 жылдары инновациялық кәсіпорындардың үлесі сәйкесінше небәрі 4,3-5 пайызды құраған болатын. Салыстырмалы түрде қарастыратын болсақ, бұл көрсеткіш – АҚШ-та - 50%, Түркияда - 33%, Венгрияда - 47%, Эстонияда - 36%, ал Ресейде - 9,1% құрады [2].

Қазақстанның инновациялық дамуының бір көрсеткіші бұл инновациялық белсенділік. Бұл көрсеткіш ҚР Статистика агенттігінің әдіснамасымен инновациялық белсенді кәсіпорындардың барлық зерттелген кәсіпорындар санына қатынасы арқылы анықталады [2]. 2013 жылы 2003 жылмен салыстырғанда инновациялық белсенді кәсіпорындар саны 2,1%дан 8,0%-ға өскен.

Сингапур, Отүстүстік Корея, Финляндия, Қытай, Израиль, Индия мемлекеттердің тәжірибесі экономиканың дамуының инновациялық моделін қолдану арқылы жетістікке жету жолы болып отыр.

Қазіргі таңда дамыған мемлекеттерде еншісінде ғылымға деген әлемдік шығын шамамен 95%-ды құрайды, яғни есепке салсақ бір тұрғынға есептелген ғылыми –зерттеу жұмыстарына деген шығын 50-100\$ долл құрайды, ал керісінше дамушы елдерде 4-6\$ дан аспайды. Ал біздің Қазақстанда бұл көрсеткіш 1,2 долл, ал ғылыми –зерттеу жұмыстарындағы ғылымға тиесілі мөлшер 0,2-0,3%. Ал сол уақытта ЮНЕСКО дамушы елдерге ғылыми –зерттеу жұмыстарына деген шығын көлемін 1% ға жеткізуін ұсынады. Сәйкесінше бізге индустриалды –инновациялық дамуға көптеп инвестиция тартпасақ біздің бағдарламамыз іс жүзінде іске аспау қауіпі бар. Төмендегі кестеде инновациялық өнімдерінің ЖІӨ деген үлестің жылдан жылға төмендеуі, зерттеулермен әзірлемелерге жұмсалған ішкі шығындардың аздығы инновацияның дамуына бірден бір тежегіш екенін көрсетеді [3].

Инновациялық өнімдерінің ЖІӨ-дегі үлесі 2015 - 0,92 пайызды құрады, кестеден бұл көрсеткіштің 2013 жылмен салыстырғанда төмендегенін байқаймыз [2].

Инновациялық өнімдерінің ЖІӨ-дегі үлесі, %			
	2013	2014	2015
Инновациялық өнімдерінің ЖІӨ-дегі үлесі, %	1,61*	1,46*	0,92

Инновациялық процесстің басты мақсаты – экономикалық, ғылыми-техникалық, экологиялық, әлеуметтік тиімділікке қол жеткізу, ал бұл инновацияларды енгізу арқылы жүзеге асырылуы мүмкін.

ҚР инновациялық дамуын талдай келе «ғылым-өндіріс» циклі – инновациялық процесстің бастапқы кезеңдерінде аяқталады, ал кейбір жағдайларда тіпті фундаментальды зерттеулер немесе тәжірибелік зерттеу үлгі күйінде қалып қояды. Мұның себебі, отандық кәсіпорындардың оларды өндіріске енгізуге мүмкіндігі жоқ [3].

Бұл мәселені шешудің бір жолы – коммерцияландыру орталықтарын көбейту болып табылады. Шетелдерде әрбір ғылыми-зерттеу институты, ЖОО өзінің дербес коммерцияландыру орталығы болады немесе сыртқы коммерцияландыру орталығымен тығыз байланыс орнатады. Бұл орталықтарда білім, ғылымды ақшаға айналдыра алатын шындалған менеджерлер қызмет етеді.

Сонымен қатар 2015 жылы елімізде халықаралық патент саны- 30, ал 2010-2015 жылдар аралығында тәжірибелік- конструкторлық жасалымдар саны 200 болды.

2010-2015 жылдар аралығында инновациялық инфрақұрылым бойынша: 2- салалық орталық, 5- конструкторлық бюро, және 8- технопаркпен толықтырылды. Ірі шетелдік компаниялармен тек 2 жоғары технологиялық біріккен өндіріс қызмет атқаруда. Кәсіпорындардың инновациялық белсенділігі- 10% құрады, жалпы инновациялық инфрақұрылым, яғни 90 жоба коммерциализациялау орталықтары арқылы, 250- технопарктер арқылы, конструкторлық бюролар арқылы-70 жоба, 44- конструкторлық құжаттар сатып алынып, 35- конструкторлық құжаттар жасалды.

2015 жылға ғылым мен инновацияға мемлекеттік шығындар – 1% болды, ЖІӨ инновациялық өнімнің үлесі- 1%, өнеркәсіптегі инновациялық технологияларға шығын – 98 000 млн. тг. құрады.

2011 жылмен салыстырғанда 2015 жылы инженерлік- техникалық персонал саны 1000 адамға шаққанда 5% өскен. Инновациялық технологияларға жұмсалған шығындардың тиімділігі- 8,6 болып отыр.

2015 ж. Қазақстан ғалымдары Әлемдік банк қолдауымен ҚР білім және ғылым министрлігінің «Технологияларды коммерциализациялау» жобасы аясында 65 жаңа жасалымды ұсынды, бүгінгі күні 36 жоба 888 млн. тг. бөлінді. Сонымен қатар 66,7 млн. тг. инвестиция тартылып, 72 келісім-шарттарға қол қойылып 8 лицензиялық келісімдер жасалды. Гранттар негізінен «энергетика және энергияның балама көздері», «машинажасау», «өмір туралы ғылымдарға» және «ақпараттық-коммуникативті технологияларға» бөлінуде.

Инновациялық даму елдің ғылыми-техникалық әлеуетімен байланысты. Экономиканың дамудың инновациялық жолына көшуі жағдайында ғылыми әзірлемелерді коммерциялау процестерін үйлестіру және ынталандыру жөніндегі мемлекеттің рөлі маңызды.

Ғылыми-техникалық әлеуеттің жай-күйі бірінші кезекте ғылымды қаржыландыру деңгейімен, оның материалдық-техникалық жағдайымен, алынған нәтижелердің тиімділігімен айқындалады. Соңғы жылдары Қазақстанда ғылымды мемлекеттік қаржыландыру деңгейі өсіп келеді

Қазіргі уақытта, өзінің коммерциялық қолданысын табуға инновациялық әзірлемелерді және шығармашылық идеялардың аз үлесі ғана ие болады.

Проблема, бүгінгі күні елде іс жүзінде тәжірибелік-өнеркәсіптік база мен жобалық-конструкторлық институттар және ғылыми зерттеулердің нәтижелерін экономиканың нақты секторына енгізудің тиімді тетігінің болмауында болып тұр.

Ғылымның институционалдық құрылымында соңғы жылдары болып жатқан қайта құрулар ғылыми-зерттеу институттарының меншік нысандарындағы өзгерістерге қарамастан жалпы алғанда инновациялық дамудың талаптарына жауап бермейді. Ғылымда түпкілікті нәтижеге өндіріске жаңа өнімдерді енгізуге, жаңа коммерциялық тиімді технологияларды енгізуге әлсіз бағдар сақталып отыр.

Инновациялық дамудың көзқарасы тұрғысынан қаражатты тиімді пайдалану, нақты айтсақ ғылыми әзірлеменің жылдамдығын нарықтық өнімге дейін жеткізу оны коммерциялау ең бірінші маңызға ие. Сондықтан осы бағдарлама негізінен қолданбалы ғылыми-технологиялық зерттеулерді дамытуға, қолдауға және ынталандыруға бағдарланған болады.

ҚР ғылыми - инновациялық жүйесінің SWOT талдауы бойынша келесідей ақпарат алуға болады:

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
<ol style="list-style-type: none"> 1. Саяси тұрақтылық 2. Табиғи ресурстардың бар болуы 3. Орта және жоғары білім беру кеңдігі 4. ҒИЖ тиімді дамуын ел басшылығының саяси қолдауы 5. Мемлекеттік органдардағы субординацияға негізделген күшті вертикаль 6. Инновациялық және қаржылық инфрақұрылымның болуы 7. Инновациялық жобалардың венчурлық және жобалық қаржыландырылуының болуы. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ғылым, технология және инновация аясында мемлекеттік саясаттың кезектілігінің жетіспеушілігі 2. ҒЗЖ ұлттық, аймақтық және салалық деңгейде үйлестіру жүйесінің жоқтығы 3. Кәсіпорындардың бастапқы технологиялық және басқарушылық деңгейінің төмендігі 4. Жоғары маманданған техникалық мамандардың дефициті 5. Инновацияларды енгізу арқылы еңбек өнімділігін арттыру мүмкіндіктері туралы ақпараттандыру әлсіз 6. Шамалы ішкі тұтынушы нарық 7. Ғылым мен өндіріс арасындағы қалыптасқан алшақтық 8. Ойлап табулар мен өнеркәсіптік үлгілерге қорғау құжаттарын алу мерзімінің ұзақтығы 9. Қазақстандық өнертабыстық тапсырыстардың 1 % азы әлемнің басқа елдерінде патенттелуде 10. Бизнес және ғылыми қауымдастық өкілдері арасында тиімді өзарақатынас механизмінің жоқтығы 11. Технологияларды трансферттеу саласында білікті персоналдың жетіспеуі
Мүмкіндіктер	Қауіптер
<ol style="list-style-type: none"> 1. Өнеркәсіп пен ғылымның өзарақатынасының жақсаруы негізінде ҒИЖ-нің тиімділігін арттыру 2. Технология трансферті негізінде еңбек өнімділігінің артуы 3. Жоғары технологиялы салаларда бар бәсекеабілеттік пен ғылыми негіздер есебінен ғылыми көшбасшылыққа қол жеткізу 4. Интеграциялық үрдістер негізінде (Кедендік одақ, ӘСҰ) жоғары технологиялық өнімдер нарығын арттыру 5. Зияткерлік ресурстарды қайтару үшін жағдай жасау 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дамушы елдер арасында инновациялық даму саласындағы бәсекелестікті күшейту 2. Дамыған елдердің ғылыми, технологиялық және өндірістік деңгейінің арасындағы алшақтық 3. Шикізат бағасының жоғары болу салдарынан экономиканың шикізаттық бағытта бекітілуі 4. Экономиканың жоғары концентрациясы 5. Мемлекеттік саясаттың басымдықтары өзгеруі 6. Қаржыландырудың жетіспеушілігі 7. Зияткерлік ресурстардың сыртқа кетуі 8. Білім беру сапасының төмендеуі 9. Техникалық мамандықтардың салыстырмалы төмен танымалдығы 10. Шетелдік жоғары технологиялы компаниялардың тарапынан бәсекелестіктің күшейуі

Жалпы жоғарыда көрсетілген талдаудың нәтижесіне сүйене отырып, шет ел тәжірибесіне негізделе отырып осы Қазақстандағы ұлттық инновациялық жүйеміздің оның ішіндегі зерттеу әзірлемелік жұмыстарына бөлінетін қаржыларды тиімді пайдалануға яғни тиімді бөлуге бірқатар ұсыныстар білдірсек.

1. ЖІӨ-нен бөлінетін НИР-ға бөлінетін шығын мөлшерін 1% - ға жеткізу. Оның механизмі өте оңай, қаражатты бөліп игерілуін қатаң бақылау.

2. Яғни бірінші проблеманың ұсынысынан екінші ұсыныс туындайды, сол зерттеу әзірлемелік жұмыстарына кеткен шығынды шет ел дамыған елдердің тәжірибесіне сүйеніп қаржының 80-85% пайызын кәсіпкерлік сектормен ғылымға бөлу.

3. Сәйкесінше, елдегі мемлекеттік секторға бөлінетін қаржыны азайту.

4. Дамыған елдердің ұлттық инновациялық жүйелерінің негізінде Қазақстандық ҰИЖ құру

5. Осы жаһандану заманында Қазақстан үшін тиімді «ойын ережесін» құру яғни инновацияны дамытуға үлес қосу бұл экономикалық жағынан бәріне тиімді және табысты болу.

6. Шетел тәжірибесін ескере отырып кадр дайындау мәселесінде мемлекеттік саясатты өзгерту. Тиімді жаңа идеялар туындауына жаңаша ойлайтын мамандар классын қалыптасыру.

Қорытындылы келе Қазақстанда агроөнеркәсіптік кешен, оның ішінде биотехнология, баламалы энергетиканың кейбір бағыттарын дамыту, мысалы жел энергетикасы, техногендік қалдықтарды қайта өңдеу бағыттарында инновациялық дамыту қажет. Осындай инновациялық бағыттарды дамыта отырып біздің еліміз аталған салаларда әлемдік көшбасшыға айналуы мүмкін.

Әдебиеттер тізімі:

1. Б. Танатова. В Казахстане нет спроса на инновации // Бизнес&Власть. Рубрика – Общество. 27 июня, 2015;
2. www.stat.kz // Раздел Наука и инновации;
3. Чайковская Л.П., Рыбакова С.И. Состояние и перспективы развития инновационной деятельности в Республике Казахстан // Аль-Пари, 1, 2014 г. 42-44 стр.
4. Инновации создание и развитие Г Мутанов Алматы 2012
5. Stat.kz мәліметтері
6. http://natd.gov.kz/upload/analit_pdf/a4.pdf отчет о тенденциях развития в мире и в Казахстане

ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ КОРПОРАТИВТІК ӘЛЕУМЕТТІК ЖАУАПКЕРШІЛІК

Жумагазиева А.Г. – оқытушы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Елбасы Н.Ә. Назарбаев «Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсім, реформалар, дамуы Жолдауында»: «Жаһандық дағдарыс – ол тек қауіп қана емес, сонымен бірге жаңа мүмкіндіктер. Әлемдік ауқымдағы көптеген компаниялар дамудың дағдарыстық кезеңінде сәтті компанияларға айналды. Іс жүзінде соңғы жарты жүзжылдықта табысқа қол жеткізген елдердің бәрі тура мағынасында нөлден бастаған болатын» деп атап өткен еді.

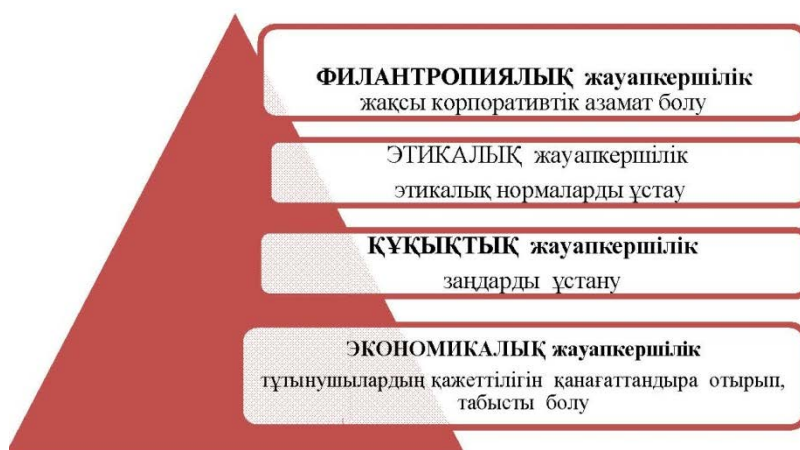
Шындығында да дағдарыстық кезеңдер ұйымдардың әлеуметтік жауапкершілігінің айқын дәрежесі мен олардың корпоративтік-әлеуметтік стратегияларының шынайылығын анықтауға мүмкіндік береді.

Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің тұжырымдамасы экономикасы капиталистік құрылымдағы компаниялардың ролін түбірімен өзгертеді. Бизнес тек экономикалық прогрестің негізгі катализаторы ретінде емес, сонымен бірге қоғамдағы әлеуметтік тұрақтылықты қолдауға белсенді қатынасатын институт ретінде қарастырылады. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің бір мағыналы ұғымдық аппараты әлі қалыптасқан жоқ, алайда аталмыш құбылысқа әртүрлі көзқарас қалыптасқан.

Олардың ішіндегі негізгілеріне тоқталсақ, К.Дэвис бизнестің әлеуметтік жауапкершілік институты мен компания іс-әрекетінің экономикалық құрамдас бөлігіне шектеу қойды. Біріншісі ол тікелей экономикалық мүддеден тыс болатын корпоративтік саясаттың ұйғарымы мен әрекеті деп түсінді. Р.Иле, К. Волтон корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік тұжырымдамасын белсенді әрекеттерді әлеуметтік-этикалық салада бизнес арқылы іске асыру барысында пайда болатын келелі мәселелер спектрі деп түсінді. М.Фридман бизнестің жауапкершілігінің қызметкерлер құрамы алдындағы ролі мен сапасын анықтау кезінде экономикалық базиске үміттенді. Оның пікірі бойынша, қызметкерлер алдындағы бизнестің жауапкершілігі экономикада қосымша экономикалық құндылықты құру арқылы жүзеге асады. Сонымен, ол қызметкерлерді кәсіпорын олар үшін өзінің өнімін шығаратын қоғамның бір бөлігі ретінде қарастырды.

Бұл ретте кәсіпорын біртұтас жүйе ретінде қоғамдық институттар мен үдеріске тиімді топтасуы қажет. М.Х. Мэсконның түсінігінше, әлеуметтік жауапкершіліктің құқықтық жауапкершіліктің айырмашылығы, ұйым тарапынан әлеуметтік мәселелерге белгілі бір дәрежеде жауап беруін білдіреді. Бұл жауап белгіленген заңнан тыс немесе реттеуші органдардың талаптарына қатысты

туындайды. Мысалы, реттеуге келісетін ұйым, мемлекетте 15% азшылық ұлттардың өкілдері болуы тиіс, бірақ іс жүзінде бұл 15% дәрежені қамтамасыз етпейді, бұл бұзушылығы үшін заң бойынша жауап береді. Дегенмен бұл жағдайды әлеуметтік жауапкершілік жағдайы ретінде қарау міндетті емес. Басқаша айтқанда, ұйымның заңдарды орындауы, бұдан әрі әлеуметтік жауапкершілікті мойнына алмайды деген сөз емес. Мемлекетте 15%-дан жоғары ұлттық азшылық өкілдері бар басқа компанияны осы мәселеге қатысты әлеуметтік жауапты ұйым деп атауға болар еді. Бірақ ол компания жалған жарнамамен айналысып заңды бұзуы мүмкін, бұл жағдайда ол ұйымның іс әрекетін тіпті құқықтық жауапты деп санауға болмайды. А. Кэрролл экономикалық, заңгерлік, этикалық және қайырымдылық бірізді топтамадан қалыптасатын корпоративтік жауапкершілік деңгейінің сатылы құрылымын қалыптастырды. Осы үлгінің эволюциялық дамуы қайырымдылық құрамдас бөлікті жойды, өйткені оны этикалық құрамдас бөліктің ажыратылмайтын бөлігі деп тапты. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің аталмыш үлгісі жауапкершілік деңгейі бойынша сараланып сатылы құрылым түрінде ұсынылды (1-сурет).

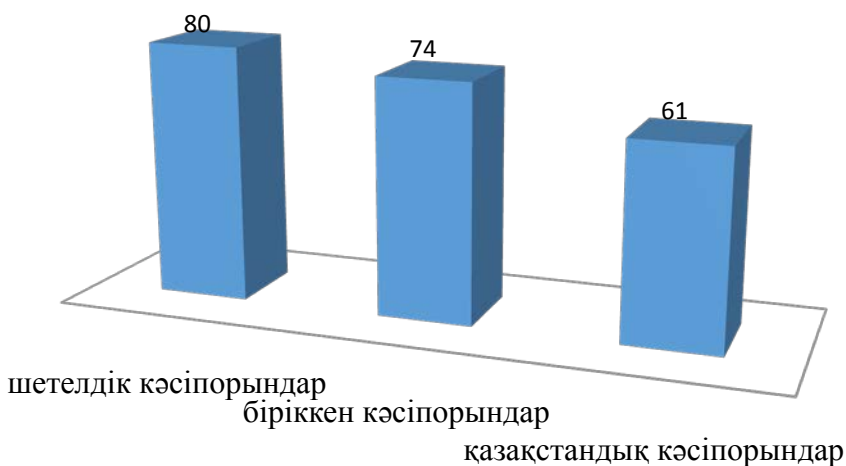


Сурет 1. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік пирамидасы

Жоғарыда ғалымдармен берілген тұжырымдамаларға сәйкес корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің қарастыратын проблемалары әлеуметтік те, экологиялық та соңғы кездері басқарушылық сұрақтарды қамтиды. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті жүзеге асырудың негізгі құралдары ретінде – қызметкерлердің дамыту бағдарламасын, әлеуметтік инвестицияларды жүзеге асыруды, табиғатты қорғау қызметін, жергілікті қауымдастықпен өзара қарым-қатынас құруды, қайырымдылықты және де компанияның экономикалық қызметінен тыс басқа да шараларды атауға болады. Бірақ кәсіпорынның әлеуметтік стратегиясының оң экономикалық нәтижесі белгілі: компания персоналдарын дамыту тек кадрлардың ағымдылығын жоюға емес, сонымен бірге нарықтағы ең керемет мамандарды тартуға мүмкіндік береді. Ал бұл өз кезегінде компанияның еңбек өнімділігі мен тиімділігінің артуына себепші болады. Қайырымдылық акциялары мен әлеуметтік инвестициялар компанияның беделінің жақсаруына алып келеді, компанияның қызметі туралы баспасөз ақпарат құралдарында жиі аталатын болады. Сондай-ақ әлеуметтік жауапты компанияның басқа компанияларға қарағанда инвестициялық капиталды тартуы да жоғары болады, салық жеңілдіктерін әжептәуір төмендетіп, пайданы көбейтеді. Осылайша әлеуметтік жауапкершілігі жоғары компаниялар оң экономикалық нәтижемен бірге қоғамдағы әлеуметтік тұрақтылықты сақтауға көмектеседі.

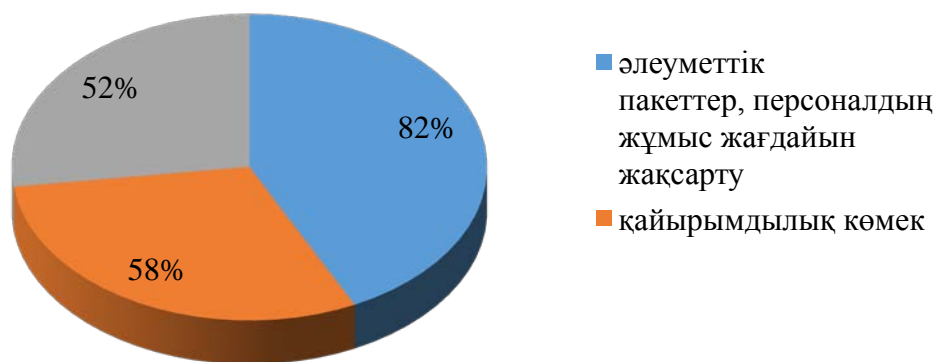
Осы орайда Қазақстандағы компаниялар қаншалықты корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік туралы хабардар деген сұрақ туындайды. Қазақстанда КӘЖ жағдайына байланысты жүргізілген маркетингтік зерттеу нәтижесінде қазақстандық кәсіпорындардың (61%), шет елдік кәсіпорындар (80%) және бірлескен кәсіпорындардың (74%) «корпоративтік жауапкершілік» туралы қаншалықты білетіндіктері анықталды. Көптеген ұйымдар, қауымдастықтар үкіметтің қолдауымен елде семинарлар, конференциялар өткізу арқылы КӘЖ туралы дұрыс, әрі жаңа ақпарат беру мақсатында көптеген іс атқарып отырғанымен, КӘЖ туралы әлі де болса дұрыс ақпарат жеткіліксіз деңгейде.

Қазақстанда шетелдік кәсіпорындардың КӘЖ туралы хабардарлығы жоғары екендігін 2-суреттен көруге болады. Кәсіпорындардың КӘЖ туралы хабардарлығының аз болу себептері: басшының өзінің қызығушылығының болмауы; шағын бизнестің КӘЖ тәжірибесінің дамуына кедергі келтіретін шектеулі мүмкіндіктері (айналымның жеткіліксіздігі, КӘЖ тәжірибесі мен өтілінің болмауы, құқықтық және біліктілік сауаттылықтың төмендігі).

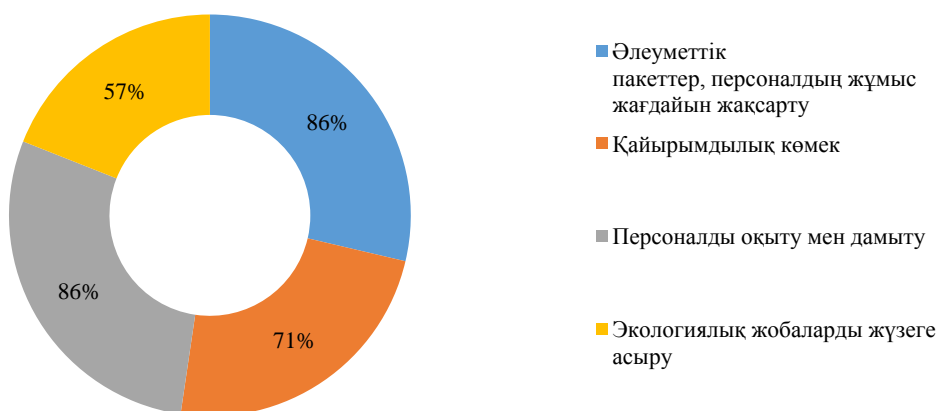


Сурет 2 – КӘЖ туралы әр түрлі меншік нысанындағы кәсіпорындардың хабардарлығы(%)

Көптеген қазақстандық компаниялар КӘЖ түсінігін әлеуметтік пакеттер мен персоналдардың еңбек жағдайын жақсарту, қайырымдылық көмек көрсету және персоналдарды оқыту мен дамытуды енгізу деп түсінеді (сурет 3).

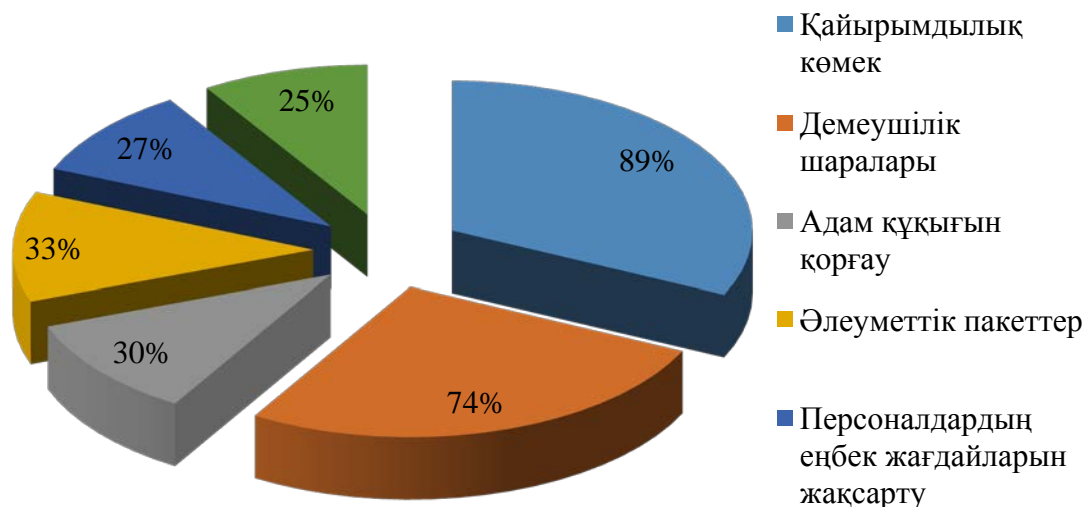


Сурет 3 – Қазақстандық кәсіпорындардың КӘЖ-ді түсінуі



Сурет 4 – Біріккен кәсіпорындардың КӘЖ-ді түсінуі

Жоғарыдағы 4-суретке сәйкес біріккен кәсіпорындар сол сияқты әлеуметтік пакеттер мен персоналдардың еңбек жағдайын жақсарту, қайырымдылық көмек көрсету және персоналдарды оқыту мен дамытуды енгізуді, сонымен қатар экологиялық жобаларды жүзеге асыруды да қамтамасыз етеді.



Сурет 5 – Қазақстан бойынша КӘЖ саясатының жүзеге асырылуы

5-суреттен Қазақстанда корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік ретінде қайырымдылық көмек, демеушілік шараларына көп көңіл бөлінетінін байқауға болады. Ол өте тар мағынасында ғана қолданылады. Кең мағынада корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қарапайым қайырымдылық шараларынан бастап, өзі қызмет етіп отырған қоғамның дамуына өз үлесін қосуы, қызметкерлерінің еңбек қауіпсіздік шаралары және еңбекақыларының өз уақытында және толық көлемде төленуі, экологиялық таза өнімдер өндіру, тұтынушылар үшін сапалы қызмет көрсету және т.б. білдіреді.

Енді статистикалық мәліметтерге сүйенсек, ақпарат құралдарының мәліметтеріне сүйенсек, 2016 қаңтарында жұмыссыздардың саны 457,6 мың адамды құраған, жұмыссыздық деңгейі – 5,1%. Жұмыспен қамту органдарында қаңтардың аяғында ресми түрде 66,3 мың адам тіркелген. Тіркелген жұмыссыздардың үлесі экономикалық белсенді халықтың 0,7% құрайды. Республикамыздың экономикасында 2016 жылдың қаңтарында 8,5 млн. адам жұмыспен қамтылған.

Әлемдік экономикалық дағдарыс барлық елдердің компанияларының экономикалық және әлеуметтік қызметтеріне өз әсерін тигізуде. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің модельдері көбінесе кәсіпорынның банкроттылығын жою және ұйымды дағдарыс кезеңінен аз шығынмен алып шығу мақсатын көздейтін дағдарысқа қарсы менеджментпен алмастырылады. Дағдарысқа қарсы менеджмент қағидаларының бірі – бұл өндірістік процесті оңтайландыру және ұйымның барлық қызмет саласындағы шығындарын қысқарту болып табылады. Осы кездерде кейбір әлеуметтік шараларды қаржы ресурстарының жетіспеушілігіне байланысты қысқартуға тура келеді.

Дағдарыс жағдайында бизнес қоғамға қатысты өзінің басты міндеттерін, атап айтатын болсақ, жұмыс орындарын қалыптастыру және сақтап қалу, сондай-ақ еңбекақының бәсекеге қабілетті деңгейін қолдау секілді міндеттерін қиыншылықпен жүзеге асырады. Дағдарыс жағдайында әлеуметтік жауапты компаниялар өндірісті оңтайландырудың және адам ресурстарына көп әсерін тигізбей, шығындарды төмендетудің жаңа тәсілдерін іздестіру арқылы көптеген жұмыс орындарын сақтап қалуға тырысады. Бірақ көптеген компаниялар мұндай қадамдарға штатты елеулі қысқарту және жұмысшылардың еңбек ақыларын азайту арқылы барады.

Мұндай жағдайларда персоналды басқарудың дағдарысқа қарсы негізгі мақсаттары персоналдың жұмысының тиімділігін көтеру, жұмысшылардың мотивациялау жүйесін өзгерту, құнды қызметкерлерді ұстап қалу, кадрлық әлеуетті сақтай отырып шығындарды оңтайландыру. Әлеуметтік жауапкершілікке сүйене отырып, қайта құруды жүргізу корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің маңызды бағыты. Компанияның іскерлік беделі, сондай-ақ жұмыстан шығарылған персоналды дағдарыс кезеңінде қайта жұмысқа тарту КӘЖ жүзеге асыру тәсілдеріне байланысты.

Мотивация жүйесін дағдарысқа қарсы реформалау – кәсіпорын жұмысшыларының еңбек өнімділігін көтеру мәселесін шешуге көмектеседі. Төмен мотивациялық нәтиже, қате есептеу және сыйақы төлемдерін көтеру, әртүрлі біліктілік иеленетін жұмысшылардың сыйақы саясатында бөлудің болмауы – мотивация жүйесіне тән кемшіліктер болып табылады. Оларды мотивация жүйесін

реформалау арқылы жою еңбекақы қорын төмендетуге, құнды қызметкерлерді ұстап қалуға, кадрлық әлеуетті сақтауға, жұмыс тиімділігін көтеруге мүмкіндік береді.

Кәсіпорындағы басқару сапасын көтеру үшін ұйымдастырушылық құрылымды оңтайландыру қажет: біруақытта шығындарды төмендетіп, басқарушылықты көтеретіндей ұйым құрылымын өзгерту. Қайталанатын функцияларды жою, жауапкершілікті қайта бөлу, басқарудың артық деңгейлері мен элементтерін қысқарту есебінен әкімшілік-басқарушылық шығындарды төмендету. Бұл компанияның операциялық қызметінің тиімділігін көтереді, операцияларға жұмсалатын шығындарды төмендетеді.

Компанияның персоналдардың дағдарыстық қайта құрылымын өзгерту және оңтайландыру міндеттерінің салдары кәсіпорын жұмысшыларын жарым-жартылай жұмыстан шығару болып табылады. Бұл еліміздің экономикасының дағдарыстық дамуының ауыр салдарлары болып табылады. Жұмыссыздардың қолдаудың және оларды қайта даярлаудың мемлекеттік бағдарламалары бизнес тарапынан қолдау болмай тиімді бола алмайды. Сол себепті бизнес өздерінің әлеуметтік жауапкершілік шегінде, сондай-ақ өздерінің кәсіби мүдделерінің негізінде жергілікті билік органдарымен бірге мемлекеттік бағдарламаларды жүзеге асыруға қолдау көрсету қажет.

Елдегі әлеуметтік, экологиялық, экономикалық жағдайды қалыпты ұстап, оның дамуына үлесін қосар корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік болып отыр. Төмендегі 10-суретте корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің қоғаммен байланысы мен тигізер пайдасы қысқаша көрсетілген.

Кәсіпкерлік ортада қоғам алдындағы әлеуметтік жауапкершілік факторының жылдан-жылға мәні артып, үлкен маңызға ие болып келеді. Әрине, бұл біздің қоғамымыз бен отандық бизнестің заңды құбылысы болып табылады. Озық әлемдік тәжірибе әлеуметтік міндеттерді тек мемлекеттің бір өзі ғана шешуі қажет емес екендігін айқын көрсетіп отыр. Сонымен қатар, компаниялардың өздері де қоғам алдындағы жауапкершілігін сезініп, КӘЖ бойынша іс-шаралар жүргізуге ынталы болуы қажет.

АНАЛИЗ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Беласарова А. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В своем ежегодном послании народу Президент страны Н.А. Назарбаев отметил: «Глобальная система мирового хозяйства – это отстроенный и отлаженный механизм, работающий по своим правилам. По этим правилам надо работать и нам. Нас не ждут на мировых рынках, но нам необходимо стать востребованными и закрепиться на них»[1]. Для этого необходимо создать инновационно-ориентированную национальную экономику, уровень открытости которой должен содействовать привлечению новых индустриальных и информационных технологий, развитию экспортного потенциала страны и обеспечению кадрами, подготовленными на уровне мировых стандартов и т.д. Этому способствует активное и результативное ведение внешнеэкономической деятельности (ВЭД).

Каждая страна имеет право на выбор и взаимовыгодное сотрудничество с другими государствами во всех сферах экономики и политики. Внешнеэкономическая деятельность реализуется как на уровне государства, так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов. В первом случае внешнеэкономическая деятельность направлена на установление межгосударственных основ сотрудничества, создание правовых, торговых и политических механизмов, стимулирующих развитие и повышение эффективности внешнеэкономических связей. Рациональная внешнеэкономическая политика государства может привести к повышению темпов роста национального дохода, ускорению научно-технического прогресса, повышению концентрации производства и эффективного использования капитальных вложений и т.д. [1]. Для этого необходимо учитывать следующие факторы развития внешнеэкономической деятельности:

1. Неравномерность экономического развития различных стран мира. Каждая страна имеет собственную структуру отраслей, различный уровень развития промышленности сельского хозяйства, транспорта, связи, сферы обслуживания, свою специализацию в экономике.

Специализация промышленного или сельскохозяйственного производства дает сильный толчок развитию внешней торговли, что очень актуально для небольших по территории и численности населения в развитых капиталистических странах: Голландии, Норвегии, Бельгии, Финляндии и других. Эти страны имеют долю экспорта в валовом национальном продукте около 50 % и примерно такая же доля импортируется.

2. Различие в людских, сырьевых, финансовых ресурсах. Ежегодно в мире в поисках работы перемещается 25 млн. человек. Имеются страны с избыточными трудовыми ресурсами: Индия, Китай, Бангладеш, Пакистан, Нигерия и другие. А также есть регионы: Западная Европа, США, Ближний Восток, Южная Америка, которые нуждаются в притоке рабочих рук. Поэтому перемещение работников из страны в страну, регулируемое Международной организацией труда, процесс объективно необходимый, способствующий развитию внешнеэкономической деятельности.

Установлению внешнеэкономических связей между государствами способствует возможность некоторых стран мира: Японии, Сингапура, Гонконга, Панамы, Бахрейна и других - выделять средства для кредитования фирм, предприятий, банков, расположенных в различных странах.

3. Характер политических отношений. Укреплению внешнеэкономической деятельности способствует наличие дружественных политических отношений между странами. И, наоборот, политическая конфронтация резко снижает внешнеторговый оборот, вплоть до разрыва экономических связей.

4. Различный уровень научно-технического развития. Формированию внешнеэкономической деятельности способствует обмен между странами студентами, стажерами, научными сотрудниками, преподавателями; проведение совместных исследований, экспериментов; участие в геологических и археологических экспедициях; выполнение контрактов по проведению проектных, научно-исследовательских и конструкторских работ.

5. Особенности географического положения, природных и климатических условий.

В результате воздействия государства по внешнеэкономическую деятельность произойдут следующие изменения в мировой экономике:

- дальнейшее углубление международного разделения труда;
- экономию общественного труда в странах, активно осуществляющих внешнюю торговлю, совместное предпринимательство и участие в других формах внешнеэкономических связей;
- интенсивный и рациональный обмен результатами труда;
- дальнейшее укрепление политических, научных, технических, культурных и других связей;
- увеличение числа стран мира, создающих рыночную экономику;
- успешное функционирование транснациональных корпораций и концернов;
- расширение круга стран, достигших полной конвертируемости их валют. Исходя из вышеописанного можно определить следующие основные стратегические задачи внешнеэкономической деятельности РК:

- продолжение курса на либерализацию внешнеэкономической деятельности при соблюдении экономических интересов страны и обеспечение ее экономической безопасности, повышение экономической эффективности внешнеэкономической деятельности в условиях интеграции экономики в мировое хозяйство;

- развитие экспортного потенциала с акцентом на постепенную диверсификацию структуры вывозимых товаров, проведение политики рационального импортозамещения;

- поддержка интересов отечественных экспортеров в доступности для них внешних рынков.

В целях обеспечения сбалансированности социально-экономического развития РК на основе внешнеэкономических связей государство осуществляет: регистрацию участников внешнеэкономической деятельности; декларирует товары и иные имущества, перемещаемые через государственную границу; устанавливает порядок экспорта и импорта.

Одним из направлений экономической политики Республики Казахстан в рыночных условиях является либерализация условий внешнеэкономической деятельности в целях преодоления неплатежеспособности республики, улучшения положения Казахстана в системе международного разделения труда, расширения рынков сбыта казахстанских товаров. Глобализация экономики – объективная реальность современного этапа ее развития. Важную роль в процессе глобализации занимает внешнеэкономическая деятельность как на региональном, международном, так и транснациональном уровне. В последнее время произошли существенные изменения в системе внешнеэкономической деятельности государств и деятельности их субъектов. В современных условиях внешнеэкономическая деятельность представляет собой систему экономических отношений, складывающихся при обмене ресурсами всех видов между государствами и их экономическими субъектами.

Последовательное и целенаправленное осуществление активной внешнеэкономической деятельности в Республике Казахстан опирается на открытость экономики, полноправное участие в международном разделении труда и интеграцию в систему мирового хозяйства, выступает в качестве одного из главных факторов стратегического плана – обеспечение устойчивого экономического роста.

В Казахстане существуют условия, создающие благоприятные предпосылки для успешного развития его внешнеэкономических связей. К ним относятся: политическая стабильность, большие природные богатства, развитая промышленность, достаточно квалифицированная рабочая сила, относительно благоприятное геополитическое положение, разветвленные хозяйственные связи с большинством стран СНГ, которые остаются решающим фактором для развития внешнеэкономических отношений.

Внешнеэкономические отношения включают все аспекты экономической жизни государства – производство, торговлю, инвестиционную сферу и финансы, и состоит из импорта и экспорта продукции, товаров, работ, услуг.

Согласно данным Агентства РК по статистике внешнеторговый оборот Казахстана на 1.01.2015 года составил \$132,8 миллиардов, увеличившись по сравнению с данными на 1.01.2014 года на \$11,6 миллиардов (Таблица 1).

Таблица 1 – Динамика внешнеторгового оборота РК

Показатель	на 1.01.2014 года		на 1.01.2015 года		Темп роста, %
	Сумма, млрд. тг	Доля, %	Сумма, млрд. тг	Доля, %	
Импорт	36,9	30,4	46,4	34,9	125,6
Экспорт	84,3	69,6	86,4	65,1	102,5
Итого внешнеторговый оборот	121,2	100	132,8	100	109,5

Как видно из представленной таблицы основной удельный вес во внешнеторговом обороте Казахстана приходится на экспорт (65%).

Анализ доли основных торговых партнёров в экспорте по состоянию на 1.01.2015 года представлен на рисунке 2.

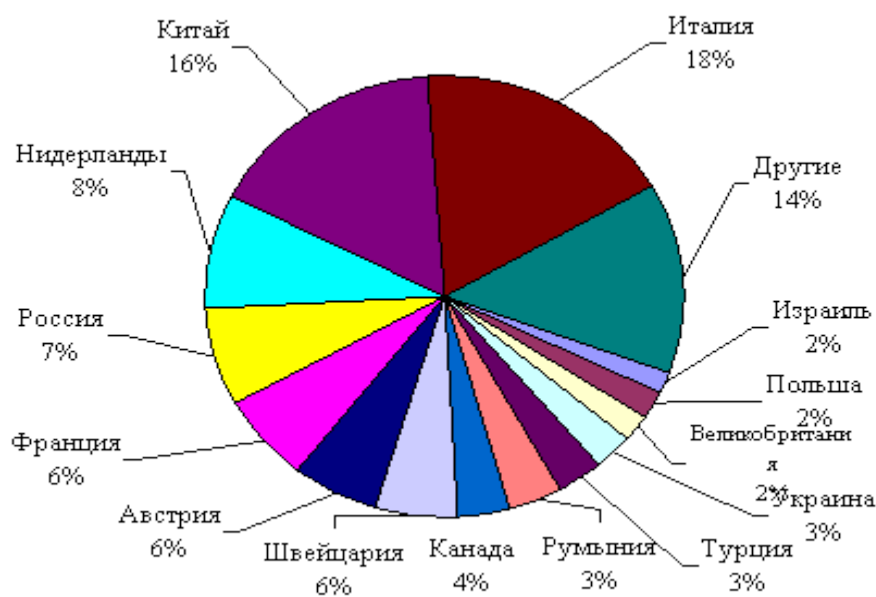


Рисунок 2 – Доля основных торговых партнёров в экспорте на 1.01.2015 года

Анализ доли основных торговых партнёров в импорте по состоянию на 1.01.2015 года представлен на рисунке 4.

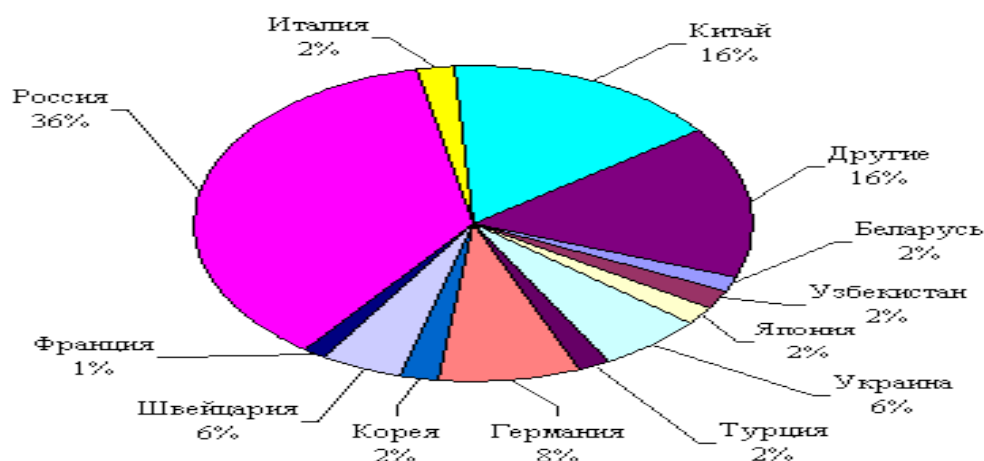


Рисунок 3 – Доля основных торговых партнёров в импорте на 1.01.2015 года

Как видно из вышепредставленного рисунка наибольший удельный вес в доле основных партнеров по импорту занимает Россия – 36%, Китай -16%, наименьший – Франция – 1%.

Согласно информации статистического агентства, основной объем в товарной структуре импорта на 1.01.2015 года пришелся на машины, оборудование, транспортные средства, приборы и аппараты - 39% (Рисунок 5).



Рисунок 4 – Структура импорта на 1.01.2015 года

Отношения внешнеэкономической деятельности закрепляются на основании правовых актов:

1. МСФО 21 «Влияние изменений валютных курсов» - устанавливает порядок отражения операций в иностранной валюте и зарубежной деятельности в финансовой отчетности организации, а также пересчета показателей финансовой отчетности в валюту представления;

2. Налоговым Кодексом РК – определяет базу для начисления налога на добавленную стоимость и акциза, их ставки, товары, освобожденные от уплаты налогов, а также сроки уплаты НДС и акцизов;

3. Таможенным Кодексом Республики Казахстан - определяет правовые, экономические и организационные основы таможенного дела в Республике Казахстан;

4. Законом РК «О валютном регулировании и валютном контроле» - регулирует общественные отношения, возникающие при реализации резидентами и нерезидентами прав на валютные ценности, определяет цели, задачи и порядок валютного регулирования и валютного контроля;

5. Постановлением Правительства РК «О таможенном тарифе и ТН ВЭД Республики Казахстан» - утверждены ставки импортных и экспортных таможенных пошлин и перечень товаров, в отношении которых они применяются;

6. Правилами по лицензированию экспорта и импорта товаров (работ, услуг) в РК - определен перечень товаров, импорт которых осуществляется на основании лицензии, выдаваемой соответствующими государственными органами.

Заключению контракта предшествует сложная подготовительная работа, состоящая из ряда этапов:

- Изучение конъюнктуры рынка;
- Прогнозирование импортных операций;
- Предварительное определение оптимального варианта предполагаемой сделки;
- Выбор иностранного партнера;
- Ведение с ним переговоров и заключение контракта.

Управление ВЭД также должно включать выработку резолюций и решений управляющей подсистемой, обязательных для исполнения всеми сторонами-партнерами по внешним связям. Составной частью процесса управления должны быть планирование и контроль, обеспечивая решение возникающих проблем и актуальных вопросов в процессе сотрудничества [2].

В целях улучшения государственного управления ВЭД, включая повышение ее эффективности и результативности, а также совершенствование внешнеэкономической политики страны, совершенствование законодательно-правовой базы внешнеэкономической деятельности, модернизация институционального обеспечения регулирования ВЭД, развитие информационно-аналитического обеспечения внешнеэкономической деятельности, проведение совместной с другими странами деятельности по защите от негативных влияний внешнеэкономических кризисов и преодолению их возможных последствий. Неотъемлемыми составляющими должны стать содействие повышению конкурентоспособности национальной экономики с учетом изменившихся подходов к ней в условиях глобализации и региональной интеграции.

Список литературы:

1. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана Стратегия “Казахстан-2030” на Новом этапе развития Казахстана, 14 декабря 2012 г.
2. Нармбаев М.К. Современное состояние внешнеэкономической деятельности в Казахстане и пути её совершенствования // Статистика, учёт и аудит. – 2008. – № 3 – 4. – С. 82 – 89.
3. Назарбаев Н.А. Стратегия вхождения Казахстана в число 50-ти наиболее конкурентоспособных стран мира. Казахстан на пороге нового рывка вперед в своем развитии: послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 1 марта 2006 года. Казахстан – 2030. – Алматы: Юрист, 2007. – С. 38-57.
4. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельностью в условиях индустриально-инновационного развития экономики: региональный аспект (на примере ВКО)// Материалы III международной научно-практической конференции «Наука и образование в современном мире», МЭСИ. – Усть-Каменогорск 2011

КОММУНИКАЦИЯ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГТІҢ ЕРЕКШЕЛІГІ.

Турлыбекова Н.М. – аға оқытушы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Клиенттермен қарым-қатынас орнату да титиімді жүйе құрудың негізі *заманауи ақпараттық технологияларды* қолдану болып табылады. Заманауи ақпараттық технологиялар клиенттер туралы ақпараттарды жинауға, сақтауға, шешім қабылдау үшін сол ақпараттарды талдауға мүмкіндік береді. Заманауи ақпараттық технологиялар бизнесті жүзеге асыру әдістерінің ішіндегі революциялық әдістің бірі болып табылады. Заманауи ақпараттық технологиялар нарық субъектілерінің өзара қарым-қатынас орнатуының таптырмас құралы және бизнесті жүзеге асыруда қолданылатын құрал.

Бизнесті тиімді жүргізу үшін ақпараттық технологиялардың дамып отырған құраушыларын атап өтсек:

1. Ғаламдық компьютерлік Интернет желісінің пайда болуы және дамуы;
2. Компаниялардың бизнес үрдістерін автоматтандыруды қамтамасыз ететін аппараттық және бағдарламалық кешендердің құру;
3. Ақпараттық жүйелердің өзара қатынас құралдарының және стандарттарының дамуы.

Қарқынды дамып келе жатқан нарықтық қатынастар жағдайында, қазіргі заманғы компаниялар үшін олардың коммуникациялық бағдарламалар жүзеге асыруда интернет-маркетинг құралдары қолдану тартымды болып келеді.

Интернет-маркетинг (*internet marketing*) – бұл дәстүрлі маркетингтің барлық аспектілерін Интернетте қолдану, яғни маркетинг кешенінің негізгі элементтері баға, өнім, сату орны және жылжытуды пайдалану. Оның негізгі мақсаты – бизнес үшін максималды пайда табу мақсатында сайт арқылы клиенттерді тарту және оларды тұрақты клиенттер ретінде ұстап қалу, сайттың әлеуетті аудиториясынан максималды тиімділікті алу.

Интернет-маркетинг кешенінің негізгі элементтері:

1. *Tayap (Product)* — Интернет арқылы сатылатын өнім немесе қызмет. Ол басқа сайттармен ғана емес, сонымен қатар дәстүрлі сату орындарымен де бәсекеге түседі.

2. *Баға (Price)* – дәстүрлі сату орындарындағы тауар немесе қызмет бағаларына қарағанда Интернеттегі тауардың немесе қызметтің бағалар шығындардың аздығына байланысты төмен болып келеді.

3. *Жылжыту (Promotion)* – ғаламдық торда сайт пен тауарларды жылжытудың кешенді шаралары. Сайтты және тауарды жылжыту шаралары көптеген құралдардың көмегімен жүзеге асырылады: іздеу арқылы жылжыту (поисковое продвижение), контекстік жарнама, баннерлік жарнама, e-mail маркетинг, вирустық маркетинг, жасырын маркетинг, интерактивті жарнама, блогтармен жұмыс жасау және т.б.

4. *Сату орны (Place)* – сату орнына сайттар жатады. Тұтынушылар үшін сайттың дизайны, пайдалылығы, қолдану мүмкіндігі және де сайтта тауарға тапсырыс беру үрдісі өте маңызды. Сонымен қатар, сайтта тауардың ақысын төлу жүйесіне, жеткізу шарттарына, клиенттермен сатып алу кезінде және сатып алғаннан кейінгі жұмыстарға көңіл бөлу керек.

Интернет-маркетингтің негізгі мақсаты — сайттың әлеуетті аудиториясынан максималды тиімділікті алу.

Интернет желісінде маркетингті пайдалудың қажеттілігі Интернет желісінің басқа да бұқаралық ақпарат құралдарының алдындағы келесідей мүмкіндіктер мен артықшылықтарға ие болуын байланысты:

– Таргетинг – мақсатты сегментті нақты қамтылуы (географиялық, уақытылы, тақырыптық). *Таргетинг* (ағыл. **target** — мақсат) — барлық аудиторияның ішінен мақсаттық аудиторияға қойылған критерийге, талаптарға сай келетін аудиторияны таңдаудағы жарнамалық механизм. Жарнама тек сол таңдалған аудиторияға ұсынылады. Интернет қажетті мақсатты аудиторияға ғана жұмыс істей отыра, оларды жасы, жынысы, қызығушылықтары сияқты түрлі параметрлері бойынша талдап, жарнамалық хабарламаны дамытады. Мұндай технологиялар соңғы бірнеше жылда белсенді дамып келеді.

– Треккинг – сайттағы клиенттердің іс-әрекетін зерттеу мүмкіндігінің болуы және нәтижелерге байланысты веб-парақшаларды, өнімді, маркетингті жылжыту.

– Икемділік (жарнамалық кампанияны тез бастауға, түзетуге, тоқтатуға болады).

– Интерактивтілік: тұтынушы сатушымен өзара іс-әрекетке түсе алады және өнімді зерттеп көре алады (мысалы, бағдарламалардың демо-нұсқасы, кітаптың бөлімін оқу мүмкіндігі), тауар ұнаған жағдайда сатып алады.

– Едәуір сандық деректерді орналастыру мүмкіндігі (графика, дыбыс, арнайы әсерлер).

– Ақпаратты тарату және алудың нәтижелілігі.

– Трансформациялық шығындардың төмендеуі.

Интернет-маркетинг жарнама берушіге әлеуетті және нақты тұтынушыларға әсер ету үшін көптеген тетіктерді пайдалану мүмкіндігі ұсынады. Олардың арасында атап өтуге болады: баннерлік желі, e-mail маркетинг, іздеу жүйесі және каталогтар, сайтты іздеу жүйелерінде, каталогтар мен рейтингтерде орналастыру (индекстеу) арқылы жылжыту, тақырыптық және тұтынушылар кіретін сайттарда жарнама беру, сілтемелермен алмасу, рейтинг, әріптестік және демеушілік бағдарламалар.

Көптеген компаниялар қазіргі таңда Интернеттің дамуына байланысты электронды коммерциямен айналысады, яғни өздерінің тауарлары мен қызметтерін Интернет арқылы жылжытады. Компаниялар үшін Интернет бизнес-серіктестермен және клиенттермен тиімді қарым-қатынас орнатуда интерактивті арна ретінде қолданыла бастады, ол өз кезегінде интерактивті маркетингті (Интернет-маркетинг) және тікелей онлайн сатуларды жүзеге асыруды қамтамасыз етті.

Электрондық бизнестің және электрондық коммерцияның қарқынды өсуі Интернет-маркетингтің (он-лайн маркетинг) пайда болуының негізі болды.

Интернет-маркетинг электронды коммерцияның құрамдас бөлігі болып табылады. Интернет-маркетингті кейде **online-маркетинг** деп те атайды. Оның құрамына келесілер кіреді: интернет-интеграция, ақпараттық менеджмент, PR, интернет-жарнама, сатып алушылармен жұмыс істеу қызметі және сатулар, әлеуметтік торларда жылжыту, [email](#), [RSS](#) қолдану арқылы тікелей маркетинг, вирустық маркетинг.

Интернетке кіру мүмкіндігінің артуы электрондық коммерция және интернет-маркетинг танымал болуына әкелді. Интернет-маркетинг кез келген заманауи маркетингтік кампанияның ажырамас бөлігі болып табылады.

Интернет-маркетингтің негізгі артықшылықтары келесідей:

- тауарлар мен қызметтер туралы ақпараттарды клиенттер оперативті түрде алады;

- сату және жарнама бөлімінің қызметкерлері үшін ақшалай қаражаттарды үнемдеу мүмкіндігі;

- мақсатты аудиторияларды кең ауқымда қамту;

- клиенттермен қарым-қатынастарды дербестендіру;

- сауда үшін географиялық шектеулердің болмауы;

- қолжетімді жарнамалық арналардың болуы;
- клиенттер бойынша толық статистиканы алу және оны талдау (постклик-талдау) мүмкіндігі;
- транзакциялық шығындардың төмендеуі.

Интернет-маркетингтің сегменті тұтыну секторының сегменті сияқты күнен күнге өсіп келеді, оның дәлелі ретінде В2В нарығында (бизнес-бизнес, электронды коммерция жүйесі) жаңа интернет-дүкендердің пайда болуы. Тапсырыс беру, әлеуетті тұтынушылар мен өнім туралы ақпарат көздерін іздеуге оңтайлы **интернет-дүкендердің** белсенді дамуы тұтынушылар үшін де, компания қызметкері үшін де тиімді болды.

Қазақстанда қазіргі таңда интернет желісін қолданушылардың саны 10 млн-нан 13 млн-ға дейін, бұл бүкіл халықтың 60-70% пайызын құрайды. Казнеттің табыс табуының негізгі көзі бұл – электронды коммерция. Электронды коммерция нарығының көлемі 2014 жылы **700 млн.** долларды құрады, басқа мемлекеттермен салыстырсақ Украинада бұл нарықтың көлемі 1,6 млрд доллар, ал Ресейде — 17 млрд доллардан аса. Біздің елімізде электронды нарықтың көлемі үлкен болмағанымен, ол қарқынды даму үстінде, мысалы 2011 жылдан бері интернет арқылы сатылымдар көлемі жыл сайын 3 есеге немесе 40-50% өсіп отыр.

«Қазақстандық Интернет Бизнес және Мобильді Коммерция Ассоциациясының» Президенті Константин Горожанкиннің айтуы бойынша Қазақстанда электронды коммерция саласы басқа салалармен салыстырғанда қарқынды дамып келеді.

Қазақстандағы e-commerce негізгі сегменттері - бұл киім мен аяқ-киім (150 млн долл), теміржол және әуе көлігінің билеттері (130 млн долл), тұрмыстық техника және электроника (85 млн долл). Сонымен қатар белсенді дамып келе жатқан сегмент бұл кино, спорт, театрға билеттер сату.

ҚР банк саласында да интернет-трейдинг пен банктік онлайн-сервистер қарқынды дамуда. Интернет және мобильді банкінг көшбасшылары — Kасpi Bank (700 мың қолданушы Kасpi.kz сервисін қолданады), «Казкоммерцбанк» (600 мың қолданушы Homebank приложениесін), «Сбербанк», «Халықбанк» (более 850 мыңнан аса мобильді банкінг қолданушылары), «Евразийский банк», АТФ.

E-commerce сегментіндегі тұтынушылардың ең көп кіретін сайттары бұл - халықаралық шетелдік компаниялардың құрамына кіретін olx.kz, satu.kz, lamoda.kz., ал жарнама беруде және оқуда тұтынушылар kolesa.kz, krisha.kz сайттарына, жаңалық оқу үшін жаңалық порталдары nur.kz, tengrinews.kz сайттарына кіреді. Сонымен қатар, қазақстандық сатып алушылар жиі Aliexpress.com, Amazon.com, Ebay.com. сияқты сайттарда сатып алуларды жүзеге асырады.

«Қазақстандық Интернет Бизнес және Мобильді Коммерция Ассоциациясының» бағасы бойынша қазақстандықтар жасайтын онлайн төлемдердің басым бөлігі шет елдерге кетеді. «Ұлттық инфокоммуникациялық холдинг «Зерде»АҚ Төрайымы Б.Крумангалиева қазақстандықтардың интернеттегі сатып алушылық белсенділігін 1,2 млрд. Долларға бағалап отыр. Оның бағасы бойынша ақшаның 70% шетелдік дүкендерге, ал 30% ғана жергілікті дүкендерге тиесілі.

«Қазақстандық Интернет Бизнес және Мобильді Коммерция Ассоциациясының» бағасы бойынша 2014 жылы қазақстандықтар интернет-дүкендерде 2 млрд доллардан аса жұмсаған. Қуантатын жәйт, бұл 2012 жылы жергілікті дүкендерде карточкалар арқылы жасалынған төлем транзакциялары 10% құраса, 2014 жылы бұл көрсеткіш 29% өсті.

Елімізде 1000-нан астам жұмыс істейтін интернет дүкен бар. Олар электронды нарықта 700 миллион долларды қамтып отыр. Электронды сауда-саттықта Алматы қаласының үлесі 55 пайыз болса, екінші орында 17 пайызбен елорда келе жатыр. Ал, үштікті 11 пайызбен Қарағанды халқы қорытындылайды. Осы тұста, электронды бизнестің дамуы жағынан Қазақстан ТМД елдерінің ішінен 3-орында келеді.

Қазақстандық интернет-дүкендерінің негізгі бөлігі келесілерге бағытталады:

- компьютерлер, оргтехника;
- әмбебап интернет-магазиндер;
- кітаптар, баспа өнімдері;
- автомобильдер, мотоциклдар, бөлшектер;
- киімдер, аяқкиімдер, тері галантереясы;
- тұрғын үй техникасы, электроника;
- ойыншықтар, балалар тауарлары.

Жарнамалық индустрияның Интернет желісіндегі маңыздылығын айта кеткен жөн. Өйткені қазіргі таңда көптеген компаниялар, фирмалар, банктер өздері туарлы ақпаратты, тауарлары мен өнімдері, көрсететін қызметтері, әлеуметтік іс-шаралар туралы ақпараттарды интернет-жарнама арқылы таратады, ол өз кезегінде интернет-жарнамаға кететін шығының аз болуымен байланысты. Интернет-жарнаманың ерекшеліктері:

1. Интернеттің дәстүрлі БАҚ-дан айырмашылығы – оның интерактивтілігі. Дәстүрлі БАҚ-дағы жарнама тұтынушылары пассивті аудитория болып табылады, ал Интернеттегі тұтынушылар керісінше ақпарат іздеуде, оны қабылдауда өте белсенді. Бұл өз кезегінде интернет-жарнаманың тиімділігін арттырады. Тәжірибие көрсеткендей, сұралғандардың 30% интернет желісінен бір рет көрген баннерді жеті күннен кейін де естеріне түсіре алады.

2. Интернет әрдайым даму үстінде: жаңа технологиялар, жарнамалық алаңдар, жаңа бәсекелестер пайда болып жатыр. Мұндай өзгерістерді әрдайым бақылап, оларға уақытылы жауап қайтара білу керек.

3. Географиялық қамтудың кеңдігі. Интернет - бүкіл әлемдегі жаңалықтарды естуге мүмкіндік беретін бірден-бір құрал.

4. Интернет – ең икемді медиа: нарықтағы немесе бәсекелік ортадағы өзгерістерге қарай хабарламалар бір сәтте ауыса алады.

5. Мақсатта аудиторияға бағытталудың жоғары деңгейі (нақты қабылдаушыға дейін)

6. Коммуникацияның дербес сипаттамасы.

Интернет-жарнаманың келесідей түрлері бар: PopUp жарнама, BodyClick, TopLine (Созу), баннерлік жарнама, сілтемелердің жылжымалы блогы, контекстік жарнама, тизерлік жарнама, Peel-Down, ICQ-window, электрондық пошта (e-mail).

Қазақстандағы интернет-жарнама құрылымының басым бөлігі баннерлік және де басқа дисплейлік жарнамалар құрайды. Ал контекстік жарнама жылжытудың жеке маңызды құралы ретінде 2012 жылы ғана дами бастады. J'son & Partners Consulting компаниясының бағасы бойынша 2013 жылы контекстік жарнаманың үлесі 20% құрады. Қазақстанда Интернет-жарнама берушілердің ішінде қазақстандық жарнама берушілердің үлесі 50%. J'son& Partners Consulting компаниясының эксперттері Қазақстан нарығындағы ірі жарнама берушілер ретінде Mars, Henkel/Shcwarzkopf және Procter&Gamble сияқты компанияларды көрсетеді.

Интернетте жарнама беретін қазақстандық жарнама берушілер келесілер: Kaspi bank, Kcell, «КаР-Тел» (TM Beeline), Samsung Electronics, Nokia, Altel, «Базис-А», Kraft Foods, Coca-Cola Almaty Bottlers, Kazkom.

Интернет-маркетингтің негізгі мақсаты интернетте компанияның немесе фирманың сайттарын жылжыту, танымал ету. Яғни, компаниялар өздерінің Веб-сайттарын жасаған кезде ол бизнесті дамытудың жан-жақты құралы екендігін ескерулері қажет. Веб-сайт тұрақты тұтынушылар мен әлеуетті тұтынушыларға ұсынылатын тауарлар мен қызметтер жайлы, компания туралы толық ақпарат беретін ақпараттық портал болып табылады. Интернет-маркетинг компаниялар мен фирмаларға географиялық аумағы бойынша шектелмейтін интернет-сауда алаңын ұйымдастыруға, пайда мен қызметтер сапасын ұлғайтуға мүмкіндік береді.

Өкінішке орай көптеген қазақстандық бизнесмендер, кәсіпкерлер әлі күнге дейін интернет-маркетинг құралдарының тиімділігін түсіне қойған жоқ. Бірақ та бұл құралдардың тиімділігін түсінгендер Интернет желісінде өздерін жайғастырып, тұтынушылармен әлеуметтік желілерде аккаунттар арқылы байланыс орнатқан, *онлайн-промотурларды жүзеге асыруда және де видеоблогтар жүргізуде.*

Интернет желісі жылдан жылға қарқынды дамуда, жыл сайын қолданушылар саны ұлғаюда. Интернет желісі компаниялар мен фирмалардың бизнесін жүргізу, дамыту, маркетингтік іс шараларды тиімді жүзеге асыру үшін зор мүмкіндіктер мен артықшылықтарды береді. Заманауи маркетингтік технологияларды қолдану арқылы компаниялар өздерінің сату көлемдерін арттырып, тұтынушылардың сатып алушылық қабілеттерін қанағаттандыра алады.

Әдебиеттер тізімі:

1. И.В. Успенский *ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ* Учебник. - СПб.: Изд-во СПбГУЭиФ, 2003.
2. Брайан Халлиган, Дхармеш Шах *Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов* — М.: «Диалектика», 2010. — С. 256.
3. Новикова К.В. *Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.-метод. пособие* / К.В. Новикова, А.С. Старатович, Э.А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. — Пермь, 2013. — 78 с.
4. Байков Владимир Дмитриевич *Интернет: поиск информации и продвижение сайтов* — Санкт-Петербург: «БХВ-Санкт-Петербург», 2000. — С. 288.
5. Голик В.С. *Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе* — Дикта, 2008. — С. 196.
6. Ақпараттық және коммуникациялық технологияларды дамыту жөніндегі 2010– 2014 жылдарға арналған бағдарлама / 4.3.3 Қазнетті дамыту
7. <http://kzcontent.kz>.
8. В. Власенко *Как выглядит интернет-рынок Казахстана и зачем компаниям туда идти.* <https://roem.ru/12-11-2015/212921/kaznet/>
9. <http://forbes.kz> 50 крупнейших интернет-компаний
10. <http://www.retail-loyalty.org/news/rynok-internet-reklamy-kazakhstan-demonstriruet-vysokie-tempy-rosta>

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ТЕХНОПАРКОВ КАЗАХСТАНА

Абильгазиева А.Б. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Инновации являются одним из важнейших элементов развития человечества. Само понятие «инновация» появилось в научных исследованиях в XIX веке и означало введение некоторых элементов одной культуры в другую. По мнению Б. Санто, инновация - это такой общественно-техничко-экономический процесс, который приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если инновация ориентирована на экономическую выгоду или прибыль, ее появление на рынке может принести добавочный доход [1]. Одной из основ индустриально-инновационного развития экономики является развитие инновационной инфраструктуры. Под инновационной инфраструктурой согласно Кодексу Предпринимателя от 29 октября 2015 года № 375-V (с дополнениями от 26.07.2016 г.) понимается система взаимодействующих между собой субъектов инновационной деятельности Республики Казахстан. Согласно Кодексу Предпринимателя, элементами индустриально-инновационной инфраструктуры являются:

- 1) специальные экономические зоны, в том числе автономный кластерный фонд;
- 2) индустриальные зоны;
- 3) технопарки;
- 4) акционерные инвестиционные фонды рискованного инвестирования;
- 5) центры коммерциализации технологий;
- 6) конструкторские бюро;
- 7) международные центры трансфера технологий;
- 8) инновационные кластеры [8]

На сегодняшний день в Казахстане сохраняется преобладание доли добывающей отрасли, а также зависимость страны от углеводородного сырья и технологическое отставание. Одним из главных инструментов решения данных вопросов является активное государственное стимулирование инвестиционно - инновационной деятельности, применение различных финансовых рычагов и косвенных административных мер. Прямое участие государства в финансировании науки, в развитии передовых технологий или различных технологических разработок, а также оказание косвенных влияний через налоговое стимулирование развития инновационной деятельности позволило бы диверсифицировать структуру экономики страны и ускорить процессы роста. Технопарки играют важную роль в развитии инновационной и научной отрасли Казахстана, создавая условия для совместного функционирования бизнеса и науки. Исходя из этого, совершенствование деятельности действующих в Казахстане технопарков, а также постоянное совершенствование нормативной правовой базы, регулирующих их деятельность, представляет интерес для исследования.

Создание технопарков является необходимым шагом для поддержания устойчивого экономического роста, создания или развития новых отраслей экономики на основе тесного сотрудничества государства, науки и бизнеса. Государственное регулирование играет ключевую роль при создании технопарков. Так, в некоторых странах прослеживается четко выстроенный формализованный процесс от принятия стратегических документов в виде стратегии, концепции развития инновационной системы до принятия отдельного законодательного акта.[1]

Структура собственности технопарков Казахстана является смешанной и может включать как частных учредителей, так и государственных. Многие казахстанские технопарки имеют в своей структуре бизнес-инкубаторов, конструкторские бюро. Основной перечень услуг предоставляемых ими это: предоставление производственных помещений в аренду, консалтинговые услуги, маркетинговые услуги, бухгалтерские услуги [6]. Все эти услуги предоставляются, но основной целью, ради которой создаются эти технопарки - создание инновационного продукта не выполняется. Причин появления данных проблем много, но главной является отсутствие единой инновационной системы, включающая инновационную инфраструктуру, которая бы соединяла все отрасли экономики страны.

В Таблице №1 представлен перечень технопарков РК, большинство из них были созданы при долевом участии государства (от 33% до 100%) [3].

№	Технопарк	Год	Уставной капитал, тг	Местонахождение	Площадь, кв.м
1	ТОО Технопарк Сары-Арка	14.05.2004	885 771 753,08	г.Караганды	3 311
2	ТОО Технопарк	14.07.2	1 335 468 184,00	г.Уральск	3 034,4

	«Алгоритм»	004			
3	ТОО Алматинский РТП	20.04.2 005	588 235 294,00	г. Алматы	2 958
4	ТОО Технопарк «Алатау»	11.10.2 005	957 415 500,00	г. Алматы	16 703,6
5	ТОО РТП г. Астаны	19.09.2 007	23 542 000,00	г. Астана	Нет данных
6	ТОО РТП в ЮКО	15.08.2 008	430 436 380,00	г. Шымкент	6 178
7	ТОО ВКРТ «Алтай»	31.10.2 008	858 209 792,00	г. Усть-Каменогорск	8 236,7
8	ТОО Технопарк «КазНТУ им. К. Сатпаева»	09.09. 2014	56 178 371,00	г. Алматы	2 090
9	ТОО СКРТ «Кызылжар»	20.01.2 009	36 440 750,00	г. Петропавловск	ликвидирован
10	ТОО Региональный Индустриальный Технопарк "Актобе"	11.03.2 011	333 333 333,00	г. Актобе	Нет данных
11	ОАО Технопарк Научно- Производственного Объединения "ПРОГРЕСС"	06.05.2 003	738 619 400,00	г. Астана	-
12	ТОО Технопарк «КазНУ им. аль-Фараби»	2003	-	г. Алматы	-
13	« Innovation Intellectual Cluster » при Назарбаев Университет	2012	-	г. Алматы	-
Источник: Составлено автором по данным https://gr5.gosreestr.kz/p/ru/GosReestrInformations [3]					

1. **Специальная экономическая зона «Парк информационных технологий»** создана в соответствии с Указом №1166 Президента Республики Казахстан и будет действовать до 2028 года. Территория, отведенная для СЭЗ ПИТ составляет 163,02 га. В соответствии с постановлением Правительства Республики Казахстан №703 от 13 мая 2009 года 300 видов товаров имеют, существенные налоговые и таможенные преференции на территориях СЭЗ ПИТ. Единственным акционером является АО «Национальное агентство по технологическому развитию», в составе АО «Национальный Управляющий Холдинг «БАЙТЕРЕК».

2. **Технопарк «Алгоритм»** создано 14 июля 2004 года (свидетельство о государственной регистрации 6017-1926-ТОО) в соответствии с Указом Президента Республики Казахстан от 17 мая 2003 года №1096 «О стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003 — 2015 годы»; программой индустриально-инновационного развития Западно-Казахстанской области на 2003 — 2005 годы, утвержденной решением сессии Западно-Казахстанского областного Маслихата №34-6 от 23 августа 2003 года, а также во исполнение приказа Министра индустрии и торговли Республики Казахстан А. Джаксыбекова «О мерах по созданию и развитию технопарка в г. Уральск» от 16 июня 2004 года №144.

3. **Технопарк «UniScienTech»** создано согласно Постановлению Правительства РК от 01.03.04г. № 256. Согласно Протокола общего собрания участников Товарищества от 18 октября 2012 года ТОО «Технопарк UniScienTech» был официально переименован в ТОО «Технопарк Сары-Арка» (зарегистрировано в органах юстиции).

4. **Технопарк «Алтай»** зарегистрирован 31 октября 2008 года с участием АО «Национальное агентство по технологическому развитию» (НАТР) Министерства индустрии и новых технологий Республики Казахстан и Восточно-Казахстанским Государственным техническим университетом им. Д. Серикбаева Министерства образования Республики Казахстан. Технопарком в настоящее время проводится организационная работа по организации формирования объектов физической инфраструктуры, а также начата работа по технологическому наполнению.

5. **Технопарк КазНТУ им. К.И. Сатпаева** создан в августе 2004 года совместно с Казахским Национальным техническим университетом им. Сатпаева. Технопарк располагает собственным помещением общей площадью 2 090 кв.м.

6. **Алматинский региональный технопарк** Создан 20 апреля 2005 года в г. Алматы. Технопарк размещается на площадях административного назначения (120 кв.м.). Развитие опытно-производственной базы осуществляется на территории опытно-экспериментальной базы РГП «Центр наук о земле, металлургии и обогащения», расположенной в районе вокзала Алматы-1.

7. **ТОО «Региональный Технопарк Южно-Казахстанской области»** зарегистрировано в Департаменте юстиции по ЮКО 15.08.2008г., 16.10.2012г. прошло перерегистрацию в управлении юстиции города Шымкент Департамента юстиции по ЮКО. Технопарком в настоящее время проводится организационная работа по организации формирования объектов физической инфраструктуры, а также начата работа по технологическому наполнению.

8. **ТОО «Региональный индустриальный технопарк «Актобе»** Создан в июне 2006 года. В начале 2008 года успешно прошел аккредитацию по стандарту ИСО/МЭК 17025-2001В Испытательный центр, который оказывает услуги физико-механических испытаний всех видов строительных материалов и конструкций. С июня 2009 г. ТОО «Региональный индустриальный технопарк «Актобе» стал членом Казахской Сети Трансферта Технологий, предназначенной для содействия передаче технологий между научным сектором и промышленностью.

9. **ТОО «Региональный Технопарк г. Астаны»** зарегистрирован 19 сентября 2007 года Департаментом юстиции г. Астаны со стопроцентным участием государства. Технопарком проведена подготовительная работа к разработке ПСД, ведется активная работа по формированию банка данных инновационных проектов, с инноваторами, отрабатываются вопросы технологического бизнес-инкубирования.

10. **ТОО «Северо-Казахстанский региональный Технопарк «Кызылжар».** Зарегистрирован 20 января 2009 года Департаментом юстиции СКО.[2]

11. **ТОО Технопарк «КазНУ им.аль-Фараби».** ДГП «Научно-технологический парк» создан в 1994 году в качестве самостоятельного юридического хозяйствующего субъекта. В 2003 году Технопарк был преобразован в ДГП на ПХВ «Научно-Технологический парк» РГП на ПХВ «Казахский Национальный Университет им. аль-Фараби».

Из указанных технопарков ТОО «Северо-Казахстанский региональный технопарк «Кызылжар» ликвидирован в 2013г. по причине отсутствия финансирования и партнеров, заинтересованных в развитии технопарка. Денежные средства в него не инвестировались, операционной деятельности не производилось. [4]

Не смотря на свою основную задачу, одной из главных целей технопарков является их экономическая выгода и успех их определяется финансовыми показателями. Так, по данным годового отчета АО "Национальное агентство по технологическому развитию"общая сумма уплаченных налогов в государственный бюджет региональными технопарками под управлением АО НАТР составило 62,1 млн. тг в 2013 году [5]. В Таблице №2 представлена информация по динамике прибыли, за 2014 и 2015 гг.

Таблица 2. Динамика прибыли, за 2014 и 2015 гг. [6,7]

№	Наименование	тыс. тенге	
		Прибыль 2015	Прибыль 2014
1	ТОО «БК РТ «Алтай»	- 8 778	16 133
2	ТОО «ТП «Алатау»	5 990	25 007
3	ТОО «Алматинский региональный технопарк»	- 5 838	- 11 498
4	ТОО «Технопарк «Алгоритм»	1 032	232
5	ТОО «Технопарк «Сары Арка»	1 147	- 14 787
6	ТОО «Региональный технопарк в ЮКО»	19 453	10 166
7	ТОО «Технопарк КазНТУ»	276	3 429
8	ТОО «Региональный технопарк г. Астаны»	- 10 494	17 535
ИТОГО		2 788	46 217

Согласно данным таблицы 2, можно сформировать определенные выводы. В частности, прибыль 2014 года значительно превышает прибыль 2015 год. ТОО «Алматинский региональный технопарк» за два года несет лишь убытки, тогда как ТОО «Региональный технопарк г. Астаны» аз 2015 год

понес убытки; в то же время, ТОО «Технопарк КазНТУ» не несет убытков, но и сумма прибыли очень низкая.

В целом, прибыль технопарков очень низкая, при очень большой сумме уставного капитала. В большинстве из них не наблюдается положительная динамика роста, технопарки продолжают нести убытки, несмотря на то, что многие существуют более 10 лет и ежегодно выделяются целевые гранты на поддержание технопарков.

Делая выводы по показателям, стоит отметить, что есть целый перечень проблем, с которыми сталкиваются технопарки и вследствие несут убытки. Самая главная проблема в разрозненности деятельности технопарков, ВУЗов и предприятия. Каждая организация ведет свою деятельность обособленно, в то время как добиться инновационного успеха и прибыли можно только связав эти элементы.

Так же, проблема в отсутствии соответственного менеджмента и маркетинговых кампании. Несмотря на то, что технопарки ТОО «Технопарк КазНТУ» и ТОО Технопарк «КазНУ им.аль-Фараби» ведут свою деятельность при университетах, первый несет значительные убытки, а у второго нет новизны и уникальности инновационных продуктов. Это случается вследствие отсутствия опыта отбора инновационных идей, их реализации и качественного маркетинга, что отрицательно влияет на работу целого технопарка, на его имидж и финансовые показатели.

В то же время, тесная связь производственных. Непроизводственных предприятия с технопарками решит ряд проблем. В частности, заказ НИОКР предприятиями и частичное финансирование исследований. На данный момент большинство инновационных проектов приходится на старт-апы, а компании, которые существуют на протяжении долгих лет не стремятся к инновационной активности. Им следует понимать, что сегодня материальные и вещественные факторы производства перестают быть главными, т.к. устаревают каждые 5-6 лет. Орудия труда, машины, станки, различного рода техника меняются прямо на глазах. Дополнительный импульс этому процессу придаёт широкомасштабная информатизации производства и всей жизнедеятельности общества. Главным фактором обновления производства и повышения его эффективности становится человек, его знания, умения, опыт, творческие способности.

Список литературы:

1. Официальный сайт http://www.invest.nauka.kz/sub_of_innov/index.php?print=Y.
2. Официальный сайт АО "Национальное агентство по технологическому развитию" <http://natd.gov.kz/ru/ob-agentstve/#eighth>.
3. РЕЕСТР ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И УЧРЕЖДЕНИЙ, ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ С УЧАСТИЕМ ГОСУДАРСТВА В УСТАВНОМ КАПИТАЛЕ <https://gr5.gosreestr.kz/p/ru/>.
4. Пояснительная записка к консолидированному бюджету на 2014 год, АО «Национальное агентство по технологическому развитию», 2015.
5. Годовой отчет АО «Национальное агентство по технологическому развитию» за 2013 год, 2014.
6. Годовой отчет АО «Национальное агентство по технологическому развитию» за 2014 год, 2015.
7. Годовой отчет АО «Национальное агентство по технологическому развитию» за 2015 год, 2016.

WORLD WIDE CRISIS SPANISH CASE

Igor Fernández Plazaola – Master project manager & Building Engineer
Universitat Politècnica de València (Spain)

The 2008-present Great Spanish Depression [3] began in 2008 during the world financial crisis of 2007–2008. The main cause of Spain's crisis was financial crisis all together with the housing bubble and the accompanying unsustainably high GDP growth rate. The ballooning tax revenues from the booming property investment and construction sectors kept the Spanish government's revenue in surplus, despite strong increases in expenditure, until 2007 [4]. Due to good economic figures, a relaxed supervision of the financial system was hidden. The banks in Spain were able to hide losses and earnings volatility, mislead regulators, analysts, and investors, and thereby finance the Spanish real estate bubble [5].

Even though some fundamental problems in the Spanish economy were already evident far ahead of the crisis, Spain continued the path of unsustainable property led growth when the ruling party changed in 2004 from conservatives to progressives politicians. In these early times, Spain had already a huge trade deficit [6], a loss of competitiveness against its main trading partners, an above-average inflation rate, house price increases, and a growing family indebtedness [7]. During the third quarter of 2008 the national GDP contracted for the first time in 15 years (fig. 2), and, in February 2009, Spain (and other European economies) officially entered recession [8].

In 2012 it made Spain a late participant in the European sovereign debt crisis when the country was unable to bailout its financial sector and had to apply for a €100 billion bank rescue package provided by the European Stability Mechanism (ESM). Eurozone finance ministers agreed this provision on 9 June 2012 [9]. As of October 2012, the so-called Troika (European Commission (EC), European central bank (ECB) and International monetary fund (IMF)) was in negotiations with Spain to establish an economic recovery program required for providing additional financial loans from ESM. In addition, Spain negotiated financial support from a "Precautionary Conditioned Credit Line" (PCCL) package [10].

The turning point for the Spanish sovereign debt crisis occurred on 26 July 2012, when ECB President Mario Draghi said that the ECB was "ready to do whatever it takes to preserve the euro". Announced on 6 September 2012, the ECB's Outright Monetary Transactions (OMT) program of unlimited purchases of short-term sovereign debt put the ECB's balance sheet behind the pledge. Speculative runs against Spanish sovereign debt were discouraged and 10-year bond yields stayed below the 6% level, approaching the 5% level by the end of 2012 [11, 12, 13].

After this a constant reduction in the Euro interest rates arriving to historical minimums and even going into negative figures have helped to turn macroeconomic figures into positive ones from early 2013.

INDICATORS

In order to have an idea of the crisis evolution some figures of the main macro-economic data are shown, in order to understand the crisis size.

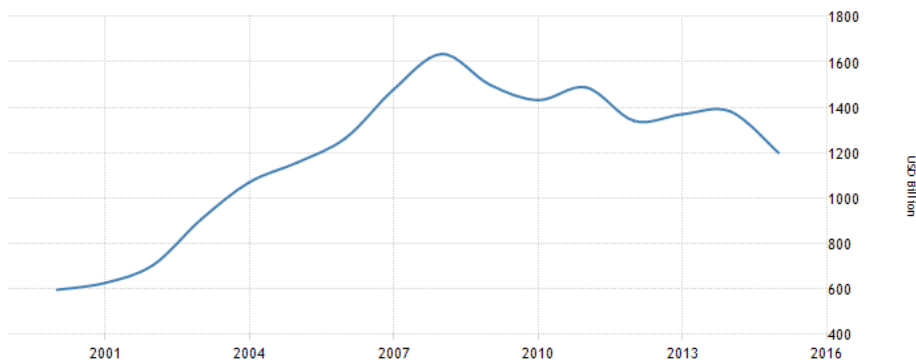


Figure 1 · Spanish GDP in Billion \$. Source World Bank [14].

The evolution of the spanish GDP (fig. 1) was raising since the lates 90's mainly due to the real state market and its drag capacity on the rest of the economy. By 2006 the 40% of the GDP variation was due to the building sector directly or indirectly. Being conscious that the strongest Spanish economic sector is tourism. As seen in figure 1 From the late 2007 the Spanish GDP started to decrease and has been affected over a 25%.

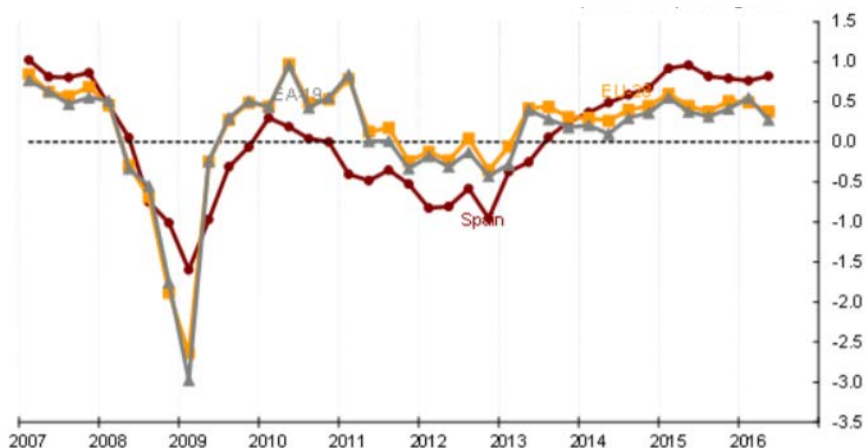


Figure 2 · Spanish GDP variation. Source INE [1].

The Spanish economy has been several times into recession (fig. 2) during the last 8 years with huge fluctuations. Economy has been sensible to government measures political changes and mainly to Europe intervention.

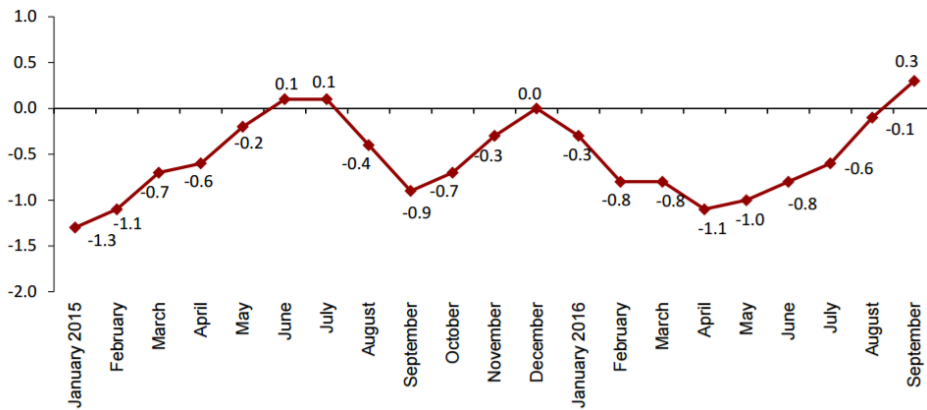


Figure 3 · Spanish annual evolution of the CPI, base 2011. Source INE [1].

The CPI shows the decrease on general consuming prices (fig. 3) mainly due to a huge lack of demand at every level. Deflation is affecting Europe nowadays and is one of the main goals of the European Commission.

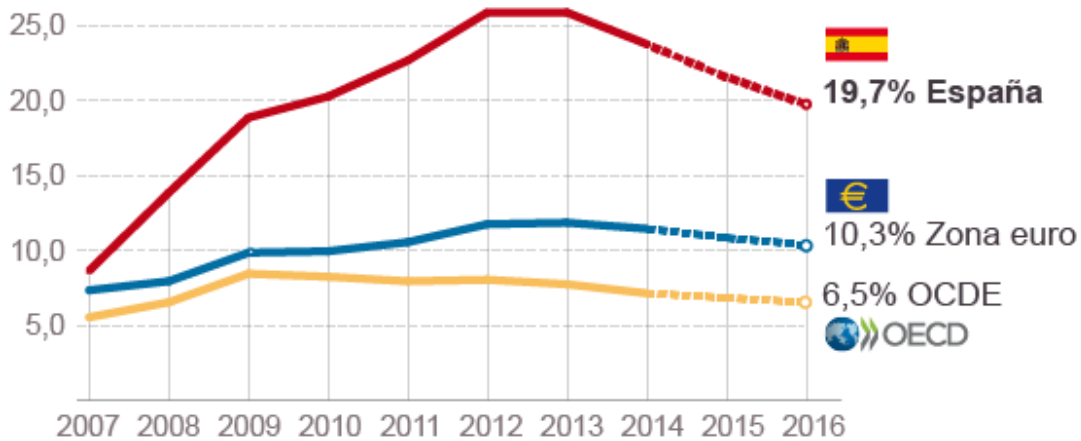


Figure 4 · Spanish, EU compare unemployment percentage. Source OECD [15].

World wide recognised by the main economical institutions and biggest economies, the most important problem Spanish economy has to deal with is unemployment. The unemployment was at 8% by 2006. It was considered almost technically full employment for the Spanish historic figures. Due to the devastating crisis, unemployment got over 26% of population, with more than 5 million people with no work and over more 1 million families with all their active members unemployed. Besides due to the long duration of the economic situation there were hundred of thousands of families with their public unemployment allowance and subsidy expired so with no incomes at all. All these situations derived from a economic into a social one with social, financial and political consequences.

PERFORMANCES AND CONSEQUENCES

This entire economic situation conducted to a severe change into the market rules. The most struggling fact for medium sized companies (SME's) and freelancers was that banks from one day to another change the transaction rules. Checks, bills of exchange, promissory note and other payment methods had no value, and companies could not advance any cash. So despite having "paper" money they could not manage to pay their salaries and lots of them were forced to close due to big debts and no effective cash. SME's could not negotiate any credit or effective cash advance and credit was completely extinguished.

The real estate market got to lose 40% of its value so big and small real estate companies and the banks as the biggest plot and housing owners had a huge affection to their balance sheet accounting. At the same time, banks were affected with loans non-payment increase due to the massive unemployment. With the government, permission banks started to execute evictions to does families not paying, even though housing is a citizen right protected by the Spanish constitution.

In order to be able to balance the national accounting due to the huge deficit, the government started with social services cuts at every level. No public promotion was established by law, layoff of temporary staff at all

public services, education, research, health, justice, defence, but not affecting politicians almost at all. The public debt rose from 40% of the GDP up to the present 100% in just 4 years.

Economic crisis, public social services cuts, banking working conditions, no credit, massive unemployment, house evictions all together with high political quality living and spread political corruption ended with important social changes. Spain turned to be from an immigrant receiver to an emigrant country, Over 300.000 Spaniards emigrated looking for new opportunities all over the world, and most of them young very high-qualified citizens. Another important social change was the so-called 15-M mobilization. Citizens took the main city squares all over the country showing of their complete disappointment with the situation. Thousands of riots all over the country expressed the complete disagreement with the political measures. New political parties rose from these social movements.

CONCLUSIONS

The results of the crisis were devastating for Spain, including a strong economic downturn, a severe increase in unemployment, and bankruptcies of major companies [16]. As a result of all these, more than 200.000 companies closed during these period affecting much more SME's than big companies [17]. Big companies were able to keep their status mainly due to their capability to go abroad and compete for big international contracts (Panama channel, High speed train Medina-La Meca, London Orlando, Bogota airport management, whole Germany air traffic control, world flight reservations software, desalination and wind turbine plants). SME's had to diversify its business and mainly start its internationalization improving exportations. In order to save bank balances due to the 40% of the real estate value all these "contaminated actives" were transferred to a new national bank SAREB that absorbed all these loses and is trying nowadays to develop and sell all these properties.

Nevertheless, at a social level, crisis is still going on, unemployment is still 20% of population. Thousands of young very high-qualified Spaniards are still abroad after having paid for their high education under Spanish taxes they are not turning back their knowledge in our country, but abroad. Credit is starting to recover but conditions due to the weak labour market are difficult. Instead of all these, we must recognise there are good opportunities in Spain. Real estate sector has interesting profitability and return now due to the low prices, and interest rates are historically at its lowest level.

Apart from all these without crisis there are no challenges, without challenges life is a routine, routine is the worst thing for innovation, and without innovation nowadays there is no possible real development.

Quoting Albert Einstein "Let's not pretend things to change if we keep doing the same thing. The crisis is the greatest blessing that can happen to people and countries because the crisis brings progress. Creativity is born of anxiety as the day comes from the dark night. It is in the crisis inventiveness, discoveries and great strategies are born. Who overcomes crisis surpasses himself without being overcome"

References:

1. National accountancy and economic figures National Statistical Institute, <http://www.ine.es/en/welcome.shtml> accessed 25th October 2016.
2. Mella J.M. (2013): "¿Hay solución a la crisis?" Público, June 2nd 2013 <http://blogs.publico.es/econonuestra/2013/06/02/hay-soluciones-a-la-crisis/> accessed 24th October 2016.
3. Bentolila S., Cahuc P., Dolado J., Barbanchon T. (2016): "Two-tier labour markets in the great recession: France versus Spain" *The economic journal* 122 pp 155-187.
4. Hidalgo J.C. (2012): "Looking at Austerity in Spain" Cato Institute <https://www.cato.org/blog/looking-austerity-spain> accessed 25th October 2016
5. Weil J. (2012): "The EU smiled while Spain's banks cooked the books" <https://www.bloomberg.com/view/articles/2012-06-14/the-eu-smiled-while-spain-s-banks-cooked-the-books> accessed 18th October 2016.
6. Abellán, L. (2008): "El tirón de las importaciones eleva el déficit exterior a más del 10% del PIB", El País, Economía, accessed 18th October 2016.
- 7 Crawford L. (2006): "Boomtime Spain waits for the bubble to burst", Financial Times, June 8th 2006.
- 8 · Day P. (2009): "Spain facing long haul as recession confirmed", Forbes, archived from the original on 10 June 2009, accessed 18th October 2016.
9. "Spanish banks to get up to 100bn euros in rescue loans". BBC News. 9 June 2012 accessed 20th October 2016.
10. "Spain to ask for bailout next month". The Telegraph. 15 October 2012. accessed 20th October 2016.
11. Fidler S. (2012): "How Europe's Currency Survived 2012 Intact". Wall Street Journal 28 september 2012, accessed October 2016.
12. "The world this year". The Economist. 22 December 2012 accessed October 2016.
13. Fitzgerald K. (2012). "Europe calmed by firm hand on edge of the abyss". Irish Examiner 22 December 2012 accessed October 2016.
14. The World Bank http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?contextual=default&end=2015&locations=ES&name_desc=false&start=2000&view=chart accessed 05 November 2016.
15. Organization for economic co-operation and development (OECD) <https://www.oecd.org/about/> accessed 20th October 2016.
16. "Unemployment in Spain over 27%". Russia today 25th April 2013, accessed 25 October 2016.
17. "La crisis ha destruido ya 177.00 empresas en España, la mayoría Pymes" ABC 21 January 2012, accessed on 06th November 2016.

RISK-MANAGEMENT IN THE INNOVATION PROJECT

Lazanyuk I.V. – Candidate of Economic Sciences, assistant professor

People's Friendship University of Russia, Russia

Kareke G.T. – master's student

Al-Farabi Kazakh National University

Innovation is the main source of economic growth and a key source of new employment opportunities as well as providing potential for realising environmental benefits. One of the most important arguments is that, in the global economy, where economic actions can be more cheaply carried out in the low-wage economies such as China, the main way in which the other economies can compete and survive, is to find new and better products and processes, In other words, to innovate.

According to the Oxford Dictionary of Economics 'innovation refers to the economic application of a new idea. Product innovation involves a new or modified product; process innovation involves a new or modified way of making a product' (Black, 1997). According to Afuah (2003) innovation is the employing of new knowledge to provide a new product or service that the customers want. In another words, it is invention + commercialization. Van de Ven (1986) describes innovation in terms of a new idea, which may be a recombination of old ideas, a plan that challenges the present order, a formula, or an exclusive method which is perceived as new by the involved individuals.

Joseph Schumpeter provides a classic definition of innovation as the development of new ideas (which he called "inventions") into products and processes, which are then spread across the market in a process he called diffusion. Innovation, as we shall use the term, encompasses the full chain from basic research to the diffusion of ideas, goods or services across an economy. Schumpeter envisaged this occurring in a linear way, in the sense of a distinct time sequence. In reality, these different stages overlap and interweave, as parts of a complex system that feeds back to and influences future developments. Nonetheless, this model provides one starting point for thinking about innovation.

Literature provides different categories of innovation classified by type, degree, competence, impact, and ownership. Innovation can be considered in both manufacturing and service sectors of different sizes (small, medium and large). Although there is a difference between these two sectors, the general definition and process of innovation are the same. Services have their own characteristics different from manufacturing.

Each innovation projects (in all manufacturing or service industry) may have five following stages (figure 1).

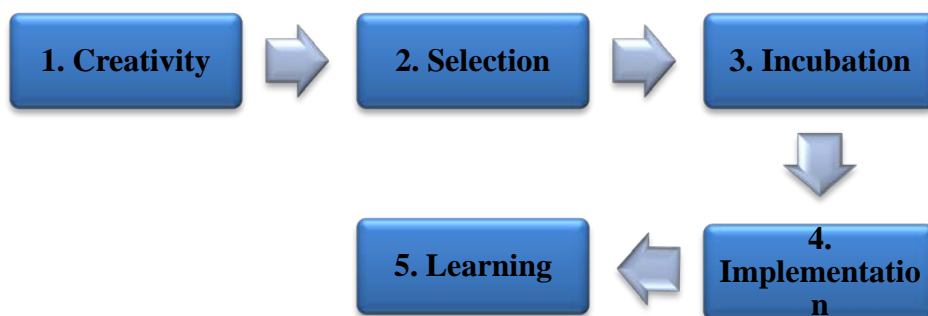


Figure 1. Stages of innovation projects

On the Figure we can see 5 stages of innovation projects: 1. Creativity. On this stage we are searching the external and internal environment and processing relevant signals about threats, opportunities and also ideation. Second stage – selection is preliminary assessment and deciding by considering a strategic view of how the organization can be best developed; to know which of these signals to respond to. Incubation – is transacting to the actual product development and producing the prototype production. Implementation – is translating the potential idea into something new and launching it in an external or internal market. The last stage, learning – is learning from progressing and building their knowledge base and improving the ways in which the process is managed.

For companies in order to launch new products speedily and successfully, taking risk is essential. The ability to identify and manage risk is considered to be vitally important in risky innovation. According to the standard definition of risk, it is «the combination of the frequency or probability of occurrence and the consequence of a specified hazardous event». Some former writers in the field drew a distinction between

uncertainty and risk. A risk situation is defined as one in which a probability distribution for consequences is made on a meaningful basis, agreed upon by the set of relevant experts, and therefore it is «known». Uncertain situations arise when an agreement among the group of experts cannot be gained, so there will be an undefined probability distribution on the set of outcomes.

In order to represent the different aspects of risk in an accurate way, it is important to consider risk as systemic. According to them the categorization of risk is: Political, Customer, Partner and Supplier, People, Reputation, Market and Financial.

Risk aspects of the enterprise may be considered under the following major headings: Property and personnel, Marketing, Finance, Personnel and production, Environment. So with paying attention to the different sources of risk and purpose of this paper, the best categorization of them, which suits for this study, could be found as follow:

- Environment (government policy, exchange rates, availability of skilled labour, weather, culture)
- Technical (new methods, technologies, materials)
- Resources (staff, materials, finance)
- Integration (software modules, new & old systems)
- Management (multiple parties' experience, use of project management techniques, HRM, set the tight goals, product transition management, organization structure, organization behaviour)
- Marketing (customer, competitors)
- Strategy

Risk management means «the process of understanding the nature of uncertain future events and making positive plans to mitigate them where they present threat or to take advantage of them where they present opportunities». By considering that one of the main features of innovation will always be «risk», risk management needs to facilitate innovation rather than stifle it. A methodical approach to risk management enhances the ability of an organization to manage risks at all stages. The important purpose of risk management is to improve project performance by means of systematic identification, appraisal and management of project-related risk. A systematic approach to risk management has to encourage decision-making inside an organization which is more controlled, more consistent and yet at the same time more flexible.

All risk management systems have the four following phases (figure 2).



Figure 2. Phases of risk management systems

Method which will be used in this research consists of four phases. It should be emphasized that various parameters like kind of innovation, industry and company have an affect on method, so therefore different methods may be appropriate for different conditions. Consequently this general method should be calibrated with different situations.

For the first phase of risk management «Identifying Parameters» - some of the parameters can be selected as parameters that create risks based on the kind of industry, size of companies, the countries which the companies are located in and situation of company.

In the second phase «Analyzing» - the company should estimate probabilities of events and the impact of their consequence and also prioritize these different risk factors in order to solve them, because, the company can not solve all the risks (limited recourses, time etc.) and also the innovation is inherently risky, and if the company wants to manage all risks, it may cause to stifle the innovation.

In phase three, the company should find different methods for solving these risks in different stages of innovation and in phase four, the company should monitor the process and also learn for future risk management system.

Conclusion

On the one hand companies need innovation to endure in the market competition but on the other hand one of the most important aspects of innovation is risk. If the companies do not consider the risk, the project will be failed and if they apply a lot of risk management systems, these methods could stifle the innovation. This research attempts to provide the system for managing the risk in the innovation projects and also to create a method for prioritizing different risks factors and to manage the most important ones in second stage of this risk management system for some kind of innovation.

References:

1. Ackermann F., Eden C., William T., Howick S. Systematic risk assessment: case study. Journal of the operation research society, 58, 39-51, 2007.
2. Afuah, A. Innovation Management - Strategies, Implementation, and Profits, Second Edition, Oxford University Press, 2003.
3. Chapman C., Ward S. Project Risk Management- Process, Techniques and Insights. WILEY, UK, 1997.
4. Edwards P. J., Bowen P. A. Risk Management in Project Organization. University of New South Wales Press Ltd. Australia, 2005.
5. Elahi E. Risk management: The next source of competitive advantage // Foresight, Volume 15, Issue 2, April 2013, 117-131. <http://dx.doi.org/10.1108/14636681311321121>
6. Emblemvag J., Kjolstad L. E. Qualitative risk analysis: some problems and remedies. J. Management Decision, 44 (3), 395-408. 2006.
7. Narvekar R.S., Jain K. A new framework to understand the technological innovation process. Journal of intellectual Capital, 7(2), 174-186. 2006.
8. Smith P. G., Merritt G. M. Proactive Risk Management. Productivity Press, NY, 2002.
9. Storey J., Salaman S. Managers of Innovation, Blackwell Publishing, UK, 2005.
10. Tidd J., Bessant J., Pavitt K. Managing Innovation, 3rd Edition, John Wiley & sons Ltd, UK, 2005.

ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Насурллаев Х. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В современных условиях в большинстве стран инновации выступают одним из основных факторов экономического роста. Однако инновационная деятельность зачастую сталкивается с трудностями в поисках необходимого финансирования. Зачастую инновационной деятельностью занимаются малые и средние предприятия, которые не имеют собственных источников для финансирования инноваций и которым также сложно получить банковские кредиты. Зарубежная практика показывает, что самой подходящей формой финансирования ранних стадий развития инновационных предприятий является внешнее прямое инвестирование в акционерный капитал. Основными источниками такого финансирования являются «бизнес-ангелы» и фонды венчурного капитала.

Одним из важнейших источников финансирования инновационной деятельности является венчурный капитал. Понятие «венчур» (venture) в переводе с английского означает «риск», т.е. венчурный капитал – это рисковый капитал. Венчурные инвестиции, или венчурный капитал (ВК), – это предоставление профессионально управляемого капитала перспективным компаниям в обмен на их акции, в ожидании продажи этих акций через 5–7 лет со значительной прибылью, что станет возможным в связи с успешным развитием компаний. В США венчурные инвестиции направляются в высокотехнологические (high-tech) или инновационные компании, не зарегистрированные на фондовой бирже.

«Бизнес-ангелы» – это состоятельные люди, осуществляющие прямые инвестиции в высокотехнологичные молодые частные предприятия. Они предоставляют капитал для большого количества проектов с пока еще не определенным будущим, как говорят, на «посевной» стадии и «стартап» (start-up) стадии. В США бизнес-ангелы обычно финансируют сделки на суммы в пределах от 50 000 долл. до 2 млн долл. Обширный опыт в бизнесе и предпринимательстве, которым обладают многие «ангелы», делают неоценимой их роль в раннем развитии молодых предприятий.

Одна из самых развитых индустрий венчурного капитала находится в США, где она ориентирована на новые технологии и включает различные типы инвесторов таких, как пенсионные

фонды, страховые компании и частные лица. Более молодая, но не менее развитая, это Европейская индустрия венчурного капитала (Великобритания, Нидерланды, Франция, Германия, прежде всего), ориентирована на основные секторы рынка и в ней доминируют банки (особенно в Германии). Японские фирмы венчурного капитала в основном являются дочерними фирмами финансовых институтов, которые осуществляют инвестиции в надежные фирмы и в основном в форме кредитов.

Среди причин бурного развития венчурной индустрии в США следует также отметить, прежде всего, высокую развитость фондовых рынков. Кроме того, развитию американских инновационных предприятий способствует наличие мощного национального платежеспособного рынка, закрепление на котором зачастую означает и победу в международной конкуренции. Немаловажным является и тот факт, что американские университеты получают большие ассигнования на проведение научных исследований от государственного и частного секторов. Они высоко мобильны, ориентированы на конкуренцию и заинтересованы в коммерциализации своих научных разработок. Венчурные фонды Голландии и Франции черпают инвестиционный капитал главным образом в самых больших банках и страховых компаниях, в Великобритании - в пенсионных фондах, на которые приходится около трети всех финансовых вливаний.

Венчурный капитал существенно отличается от традиционного финансирования. Основными его признаками являются следующие:

- инвестиции предоставляются новым или уже существующим фирмам, обладающим потенциалом быстрого развития.
- необходимые средства могут предоставляться под перспективный проект, без требования каких-либо гарантий.
- многие инновационные проекты начинают приносить прибыль не раньше, чем через три - пять лет, поэтому венчурное инвестирование рассчитано на длительный срок.
- рискованные капиталовложения осуществляются, как правило, в самых передовых направлениях научно - технического прогресса.
- инвесторы не ограничиваются только предоставлением финансовых средств. Они непосредственно или через своих представителей активно участвуют в управлении новой фирмой.
- еще одним преимуществом является принадлежность контрольного пакета менеджерам компании - реципиента.

Мировая практика показывает, что каждый венчурный фонд рассматривает около 400 бизнес-планов в год, а финансирует из них в среднем пять. При этом, если венчурные фонды инвестируют 10 миллионов долларов в одну компанию, то при выходе проекта продают ее за 200-400 миллионов долларов США. Таким образом, основная цель венчурных фондов – получение наивысшей прибыли, однако нужно также учитывать, что и риски будут самыми высокими.

В предоставлении капитала для венчурного инвестирования существует два подхода, в зависимости от того, управляются фонды государственными или частными организациями. [1]

Первый подход представлен в странах, где многие фонды находятся под государственным управлением (например, скандинавские страны). Такие фонды могут служить в качестве важного первичного источника капитала, помогающего накапливать инвестиционные знания и опыт, которые могут постепенно передаваться в частный сектор. Особенно важную роль могут играть фонды, четко ориентированные на высокорискованные проекты на ранних стадиях их осуществления. Такой подход может быть признан пригодным при отсутствии рыночных механизмов для инвестиций в инновационные компании.

Второй подход опирается на привлечение частных инвестиционных менеджеров и мобилизацию дополнительных частных средств. В этом случае государство (или его ведомство) играет роль опорного инвестора, предоставляя определенную долю капитала фонда. Имеет место тщательный отбор подлежащих поддержке фондов (путем проведения конкурсов или детальной оценки заявок), участие государства играет важную легитимизирующую роль в установлении взаимоотношений между фирмами ВК и институциональными инвесторами. В Казахстане реализуется данный подход.

В Казахстане венчурное финансирование получило свое развитие с 2003-2004 гг. Оно является частью программы по формированию и развитию национальной инновационной системы (НИС). На начальном этапе развития создание венчурных фондов в Казахстане идет только с долевым участием государства. Ввиду того, что государственные средства, направленные в венчурные фонды, способствуют снижению рисков частных инвесторов, данное партнерство служит стимулом для привлечения частного капитала. Данная схема участия государства на первоначальной стадии становления венчурной индустрии практиковалась почти во всех развитых странах.

Согласно статистике Единого регистратора ценных бумаг, сегодня в Казахстане зарегистрировано 28 венчурных фондов в форме Акционерного общества «Акционерный инвестиционный фонд

рискового инвестирования». Одним из основных игроков на этом рынке выступает АО «Национальное агентство по технологическому развитию» [2].

АО «Национальное агентство по технологическому развитию» (ранее - АО «Национальный инновационный фонд») стало первым казахстанским фондом, который призван участвовать в создании венчурных инвестиционных институтов с казахстанским и зарубежным капиталом, вкладывающих средства в технологический инновационный бизнес. На сегодня АО «НАТР» является партнером 4-х отечественных венчурных фондов Казахстана, созданных совместно с местными инвесторами на принципах государственно-частного партнерства: АО «АИФРИ «Венчурный фонд «Сентрас», АО «АИФРИ «Венчурный фонд «Delta Technology Fund», АО «Фонд Высоких технологий «Арекет» и АО «Logusom perspective innovations». Доля НАТРа в казахстанских венчурных фондах составляет до 49%. Инвестиционная политика фондов направлена на поиск и привлечение проектов в перспективных отраслях, имеющих экспортный потенциал. АО «НАТР» стало первой казахстанской структурой, которая призвана участвовать в создании венчурных инвестиционных институтов с казахстанским и зарубежным капиталом, вкладывающих средства в технологический инновационный бизнес. Поставлена задача - на каждый доллар, вложенный НИФ, привлечь в Казахстан 3-5 доллара частных зарубежных и отечественных инвестиций.

За 2011-2015 годы АО «Национальный инновационный фонд» (НИФ) получило от инвестиций в венчурные фонды 353,9 млн тенге чистого дохода. 58,8 млн тенге было получено от госинвестиций в казахстанские венчурные фонды – АО «Almaty Venture Capital» и ТОО «Венчурный фонд «Адвант». Еще 295,1 млн тенге получено от инвестиций в зарубежные фонды – Vertex III Fund L.P., Wellington Partners III Technology Fund L.P. и Mayban Jaic Asian Fund.

Недостатки в деятельности фондов в Казахстане:

- в основном венчурные фонды инвестируют в компании, занимающиеся строительством, деревообработкой, упаковкой, и при этом они не заинтересованы в настоящих технологичных компаниях, то есть венчурные фонды занимаются прямыми частными инвестициями наравне с фондами private equity;

- иностранный венчурный капитал не принимает риск, связанный с внедрением новых технологий, тем самым не способствует технологической перестройке экономики Казахстана;

- венчурные фонды инвестируют в компании с историей, находящиеся на более поздних этапах развития;

- средний размер сделки находится в диапазоне от одного миллиона долларов до десяти;

- доходность от вложений венчурных фондов составляет от 15,7 % до 70 % годовых;

- основные выходы осуществлялись путем продажи пакета акций стратегическому партнеру;

- в связи с этим, венчурные фонды интересуются пакетами акций от 25 до 49%, что пагубно отражается на привлекательности венчурного финансирования для компаний-реципиентов.

Согласно информации Агентства по статистике РК, в 2015 году на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы израсходовано 9, 335 млрд. тенге, из них 4, 9 млрд. тенге (53%) – за счет республиканского бюджета; 3,8 млрд. тенге (41%) – за счет собственных средств предприятий и лишь 60,3 млн. тенге (0,6%) – за счет венчурных фондов.

Какие препятствия сдерживают более быстрое развитие венчурного капитала и рост его эффективности в Казахстане? Какие задачи стоят перед государством в плане поддержки венчурного предпринимательства?

Венчурная индустрия не существует «отдельно» сама по себе. Она глубоко интегрирована в финансовую среду, промышленно-производственный сектор, национальную инновационную систему, зависит от правового поля, уровня культуры корпоративного управления и предпринимательской активности.

В Налоговом кодексе Республике Казахстан отсутствуют формы прямого стимулирования венчурной деятельности. Необходимо ввести хотя бы налоговые льготы, связанные с акционерным инвестированием.

В Казахстане отсутствует сформировавшийся рынок выхода из венчурных проектов. Развитие венчурного инвестирования обуславливает актуальность вопросов не только о формировании венчурного фонда и размещении его средств, но и о возможности выхода из проекта. Успешный выход из проекта является ключевым моментом как для венчурного инвестора, так и для самого проекта. Выбор варианта продажи своей доли волнует венчурного инвестора на протяжении всего периода инвестирования, так как от успешного выхода зависит доходность вложенных средств. Нередко решение о способе и времени продажи доли принимается в момент осуществления инвестиций.

Единственной формой выхода, отвечающей интересам всех сторон, является выход венчурного капитала посредством размещения акций. Размещение акций может проводиться как в виде private

placement (частной продажи), так и в виде IPO. При этом у венчурного капиталиста появляется возможность выйти из проекта, у компании - одновременно привлечь дополнительные денежные средства для дальнейшего развития бизнеса. Продажа через IPO соответствует интересам существующих акционеров и менеджмента, так как позволяет определять рыночную стоимость компании, работать над повышением ее капитализации, осуществлять частичный выход из проекта или увеличивать долю в нем, привлекать стратегических партнеров. Поскольку IPO позволяет согласовать интересы всех заинтересованных сторон, некоторые венчурные фонды не финансируют компании, которые, по их оценкам, не смогут выйти на рынок IPO [3]. В Казахстане рынок IPO - рынок первичного размещения акций только зарождается.

Должна быть повышена информированность населения о возможностях венчурного финансирования и о том, какие шаги предпринимаются для его развития. Государственным структурам в Республике Казахстан важно проводить целенаправленную работу по формированию общественно-социального понимания сути и значимости венчурной индустрии, развитию венчурной культуры и индустрии.

В Казахстане направлениями развития венчурных инвестиций на 2014-2019 гг. являются [4]:

1. Определение перечня высокотехнологичных и средне технологичных производств.
2. Создание региональных венчурных фондов с долевым участием каждого региона. Объектами инвестиционной поддержки являются предприниматели, действующие в отраслях, приоритетными для каждого региона, предпочтение отдается старт-ап бизнес-проектам.
3. Создание отраслевых венчурных фондов в приоритетных отраслях в рамках реализации ПФИИР (Программа форсированного индустриально-инновационного развития) с участием институтов развития.

Исторический опыт показывает, что на становление венчурной индустрии необходимо 15-20 лет, с поддержкой государства в первые десять лет. Основная цель выстраиваемой государством системы - позволить с большей долей вероятности любую идею довести до уровня внедрения, коммерциализации.

Список литературы:

1. Финансирование Инновационного Развития. Сравнительный обзор опыта стран ЕЭК ООН в области финансирования на ранних этапах развития предприятий / Перевод с английского – СПб.: РАВИ, 2008.
2. Есть ли венчурный капитал в Казахстане? // аналитический интернет-журнал Власть / www.vlast.kz
3. Трифонова А. Выход из венчурного бизнеса с помощью IPO / РЦБ . – 2006.- № 23. С.31-34.
4. Никконен А. Перспектива развития единого венчурного пространства стран Таможенного союза (Россия, Казахстан, Беларусь) www.docdat.com (обращение 08.09.2014).

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION

Abduali B.A. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

Eurasian Economic Union (hereinafter - EAEU) - an international organization of regional economic integration, the Member States which are the Republic of Kazakhstan, Russian Federation, Belarus, Armenia and Kyrgyzstan. According to Article 1 of the "Treaty on the Eurasian Economic Union" of 29 May 2014 (signed in Astana), EAEU is "an international organization of regional economic integration, which has international legal personality, which ensures free movement of goods, services, capital and labor, carrying out a coordinated, coherent and unified policy in the sectors of the economy, defined by this Treaty and international agreements in the framework of the Union".

A brief retrospective of the EAEU as follows: in 1994 President of Kazakhstan Nursultan Nazarbayev announced the idea of integration in the Eurasian space at Lomonosov Moscow State University. Kazakhstan President's initiative was implemented in stages: in 2000 signed an agreement on the establishment of the Eurasian Economic Community (EurAsEC), the Customs Union (CU) began operating in 2010, and in 2012, Kazakhstan, Russia and Belarus moved to the third stage of integration - Common Economic Space (CES). On January 1, 2015 began operating the Eurasian Economic Union (EAEU).

EAEU gradually expanding: from 29 May 2015 Kyrgyzstan has entered into it, and also Government of Tajikistan has expressed interest to join the EAEU, and stated that it is studying the possible consequences for the economy in the event that a decision will be taken. On the proposal of Kazakhstan the Allies have responded positively. In turn, Russian President Vladimir Putin said that India also took the initiative of signing the agreement on free trade zone with the countries of the Customs Union: "Recently we have been visiting our great friend - the Prime Minister of India. He asked me to raise the issue at our meeting today

that India would like to consider the possibility of signing the agreement on free trade zone with the Customs Union, - quotes the president of Russia RIA News.

However, the realities of integration into a single economic union is not so rosy. Experience has shown that the functioning of the European Union (EU), the economic gap between new and old members of the EU becomes more and more obvious. Economic development, the per capita GDP of many members of the European Union have not achieved even half of the average of the previous composition of the organization. As the locomotives of EU considered Germany and France, while the share of other members-states in the general economy of the union lagging behind, and some countries are still experiencing a severe economic crisis. The economic performance of the developed European countries and some of the "new" EU member states are very different, the proportion is one in four. Closing this gap is hardly possible, and this imbalance creates additional problems for the EU's development. Countries such as Greece generally want to get out of EU staff, blaming their misfortunes tough requirements of the European Parliament and the European Commission on budgetary expenditure savings. Endless financial and economic crisis, which shakes the euro area for a decade, has become the number one problem in all European Union as a whole and not just individual Member States. Short-sighted policy of the European Commission of the previous convocation, which focused only on solving the financial problems led to the aggravation of social problems which come from the local level to the supranational and taking a threatening nature. In such circumstances, the entry of new member states to the European Union easily lead to conflicts related to the redistribution of funds. On the one hand, the developed countries are resisting additional contributions to the general fund. On the other hand, countries that have provided assistance (Spain, Ireland, Portugal) want to continue to receive money from these funds.

State- members of EAEU as well as in the EU also differ greatly from each other in terms of economy and population the availability of natural resources the level of scientific, technological and industrial base infrastructure, etc. therefore, we can draw the following conclusions:

- firstly, among the members of EAEU most developed economy belongs to Russia - 3/4 of the GDP of the Eurasian Union. Accordingly, the Russian economic dominance within the Union is quite logical. From the very beginning of the Eurasian integration processes in virtually all areas of cooperation have dominated Russian interests. But members of the union feared the transformation of Russia's economic hegemony to political and the member-states of EAEU will strongly discourage the political domination of Russia. The reasons for concern exist. Russia wanted to make to the Treaty on the Eurasian Economic Union the following political positions: a single citizenship, a general qualification system in education and professional competencies, creation of a single parliament, introduction of a common currency, etc. However, Kazakhstan has actively resisted Russian attempts to make economic union a political dimension, and Belarus has supported it in this. Many analysts are unanimous in the opinion that excessive desire of Russia to the political domination of the former Soviet Union is the main cause of the Ukrainian crisis. Union members see the future of EAEU only as a union of the five republics in the field of energy trade;

- secondly, the economic superiority of Russia led to the fact that other members of EAEU began to experience some difficulties in ensuring national interests especially economic security. For example, as you remember the sharp increase of Russian goods has created a big problem for Kazakhstan businesses. On the shelves of Kazakhstan markets there were many Russian products, especially in the northern regions. Also, the dominance of Russian companies prominent in the field of logistics, the supply of equipment, in the automotive market, food market, etc. Kazakh producers were unable to compete. Here is the issue in taxes, in the workplace, in the ability to successfully operate and develop for Kazakh small and medium-sized businesses. Theoretically, Kazakhstan should benefit from integration, it is very much discussed at various levels. But the reality is that opposite thing happened. But the reality is the opposite happened. EAEU resembled one-way road: in the direction of Kazakhstan allowed to import any Russian products, while products «Made in Kazakhstan» on the territory of the Russian Federation, met with enormous obstacles.

- thirdly in the mutual trade between the member States of EAEU there is an imbalance, the negative trade balance tendency has become the norm (shortfall (put the sign "minus") - imports exceed exports). For example, in Kazakhstan, after the establishment of the Customs Union in three times increased imports from Russia despite the fact that exports to Russia from Kazakhstan remained at the same level. Even more indicative of the situation with Belarus. Suppose that in quantitative terms the import of Belarusian goods in Kazakhstan is not so significant but it seven times higher than Kazakh exports to Belarus. The export-import between Belarus and Russia, has the same picture. And Armenia's share in the mutual trade between the countries of EAEU is scanty, though here is also prevalent imports (especially Russia) over exports. Devaluation of the ruble a result of which, Russian producers have received tremendous benefits on the one hand further enhance the appeal of the brand «Made in Russia», on the other hand compels Russian partners to introduce protective measures;

- fourthly in the export structure of EAEU prevails natural raw materials: oil gas, coal iron ore and other minerals. Fuel and raw material specialization of a number of economies of EAEU countries creates competition between partners such as the clash of interests which is observed between Russia and Kazakhstan. On April 28, 2014 in a lecture at the Moscow State University President of Kazakhstan Nursultan Nazarbayev emphasized that the Eurasian Union "is possible only on the principles of voluntariness, equality, mutual benefit and consideration of pragmatic interests of each Member State". However, in practice, to comply with these principles were difficult;

- fifthly there are still various institutional differences between countries EAEU which have a negative impact on the deepening of integration. For example, businessmen complain about the different approaches of standardization, certification and clearance of goods. Because of the inter-departmental inconsistencies occur bureaucratic barriers downtime manifestations of corruption. Subsequently, at border crossings and customs terminals are often formed kilometer queue. That is, there is incompleteness of identity formation of the Union State as it is inherent in the European Union is permissible.

We are deeply convinced that over time with the development of the union and with the deepening of mutually beneficial cooperation these contradictions will be resolved taking into account the national interests of all members of EAEU. For this purpose EAEU has a huge opportunity and potential. To determine the prospects of the regional economic organization it is necessary to resort to the method of SWOT-analysis. SWOT - analysis is the method of researching in order to identify internal and external environment factors of the organization and the division of them into four categories: Strengths, Weaknesses, Opportunities (possibilities) and Threats.

Thus the strengths of the EAEU:

- 1) The new union has the largest geographical area that has access to all four corners of the earth;
- 2) a single consumer market (over 170 million consumers);
- 3) enormous natural resources (in the territory of the union focuses a significant portion of the world's supply of mineral resources);
- 4) after the collapse of the Soviet Union, Member States of EAEU have inherited infrastructure, industrial cities-giants and skilled personnel, agricultural enterprises, military industrial complex, educated human, capital, etc. It only remains partially restore the broken economic, trade cultural and educational ties;
- 5) The Union is located in a very important geo-strategic region: between the West and the East, in the middle of the EU, China, India, Central Asia and the Middle East.

Weaknesses of EAEU are:

- Firstly, the absence of a union identity. In the post-Soviet space are preserved stereotypes and fears of the totalitarian past union. Since independence, each country was struggling for itself, to protect its own national interests. Therefore, under the conditions of EAEU each member-state habitually pulls the blanket over itself and at this stage of its development, integration Union recalls the fable of Krylov about the swan crab and pike. It takes some time to overcome the fragmentation and the formation of a new union of consciousness;

- Secondly, EAEU is lagging behind from its developed competitors in terms of development of science, innovation engineering and technology. In the economy of EAEU prevails raw orientation, not developed real sector of economy, high-tech manufacturing, small and medium enterprises, tourism still in its infancy;

- Thirdly, in the countries of EAEU are high levels of corruption, bureaucracy and cronyism;

- Fourthly, intergovernmental structure of countries is not fully agreed and not harmonized the legislation of the member states of EAEU which in turn contribute to the inhibition of integration;

-Fifthly EAEU economy is heavily dependent on external factors such as economic sanctions by Western countries against Russia, the world prices for energy and natural resources, the US dollar and the euro, etc.

Opportunities of EAEU.

Opportunities of the union are very large with the rational use of them. EAEU can not only meet their needs but also can become a global supplier of raw materials, goods and services. EAEU have all the opportunities of expansion, new members and allies can join it. The transit possibilities of EAEU is also very high, especially with the launch of a transit corridor "Western Europe-Western China" can revive the Silk Road in the new format, which has recently been so vigorously debated. EAEU in the near future may become a world financial center with well-developed economic zone and a favorable investment climate. Opportunities of EAEU can be a long list.

Threats EAEU:

- the threat of terrorism extremism and separatism that inherent to all members-states of the integration of the Union;

- certain economic threat comes from excessive dollarization of the national economy of individual members of EAEU. People live in fear of another devaluation;

- member States of EAEU dependent on the price situation on the raw materials and energy resources on the world market. This is largely due to the fact that, the economic backbone of EAEU is the sale of hydrocarbons and iron ore;

- different levels of economic development of allies may cause some social and economic problems. For example, the Russian economy considered as the most industrially developed in comparison with other EAEU countries. Therefore, Russian products are low cost and they can be sold at dumping prices. Allied countries products manufactures are experiencing unequal competition, that can cause reduction of workplaces, increase of unemployment, social tension, etc.

As the conducted comprehensive analysis has shown to give a clear assessment of the EAEU at this stage is very difficult. Integration of Eurasian Union only began to function. But the first steps of EAEU have shown the strengths and weaknesses of the integration process. We can only learn from the shortcomings of interaction and eliminate arising problems of cooperation in a timely manner together.

References:

1. "Treaty on the Eurasian Economic Union" of 29 May 2014 https://docs.eaeunion.org/sites/storage0/Lists/Documents/a089f4c6-02da-4461-b033-3f5d122e0020/e57db9f2-9589-4b26-be1e-b1a43862c6ed_635375701449140007.pdf
2. A. Dubnov Customs Union: plus - Turkey, minus - Ukraine, India - in the mind? // RIA News <http://ria.ru/analytics/20131025/972555134.html#ixzz3VkJdCc9Z>
3. World Economic Outlook Database, April 2014 // <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/01/weodata/weorept>.
4. Foreign and mutual trade. Highlights for 2013-2015 years // http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersCrossTrade.jsessionid=8yZ5VYKLfcB71J3RK5LKfCX9L3sGhzrlM5nJGbSVgysN1x68JJJB!1778126280?Lang=ru&_afriLoop=268669934569704#%40%3F_afriLoop%3D268669934569704%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3Dbthgi48nc_4
5. "From the idea of the Eurasian Union - to new prospects of Eurasian integration" Speech by the President of the Republic of Kazakhstan Nazarbayev at Moscow State University 28.04.2014 // http://akorda.kz/ru/page/page_216601_vystuplenie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-v-moskovskom-gosudarstvennom-universit?print=1

PRECARIZATION OF EMPLOYMENT: MAIN FORMS AND ITS IMPACT ON THE SOCIETY

Dosbolova D. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

This paper reviews problems of precarization of employment. Analyses negative and positive effects to the society. Determines the negative aspects and shows the positive sides to the society. Gives detailed definition to this social phenomena and analyses characteristics of its distribution in the countries. Determines the main forms of precarious employment, as part-time employment, fixed-term employment, seasonal work, self-employment and temporary employment. Separately explains each of the forms of precarious employment and distinguishes differs between them. Studies negative consequences of this phenomena to the society and employment as whole.

Nowadays many scientist argue between positive and negative effects of precarization of employment to the society. Many scientists consider precarization of employment as negative phenomena. For example, Rodgers and Cranford consider that precarious employment involves job insecurity, schedule and income unpredictability, little control or autonomy, limited benefits and entitlements, and the absence of regulatory protections (Rodgers 1989; Cranford et al. 2003). Gill and Pratt think that precarity of employment as 'all forms of insecure, contingent, flexible work – from illegalised, casualised and temporary employment, to homework, piecework and freelancing' (Gill and Pratt 2008, p. 3) . Branch and Hanley defines precarious employment as «employment that is 'uncertain, unpredictable, and risky from the point of view of the worker'» (Branch and Hanley, 2011, p. 569). But, oppositely to this opinion, there is also many scientists that consider precarious employment forms as beneficial to the society. Evans and Gibb have equalized the term of precarization to the terms such as atypical work and contingent work. They consider that this types of work can support labor market in preventing unemployment. Because, precarious forms of employment needs employees without experience and knowledge. (Evans and Gibb, 2009).

Main negative effects of precarious employment to the society and labor market:

Precarious work is more likely to involve health and safety risks.

Precarious work can cause significant stress due to job insecurity, the pressure of holding multiple jobs, irregular or long hours, insecure visa status and lack of legal protections.

Precarious workers may also suffer health consequences as a result of their lower income. Low wages also affect workers' access to safe transportation and sufficiently nutritious food. Low pay often leads to

working more than one job and long hours, which, in turn, increase susceptibility to illness and injury and have negative impacts on family life affecting children and communities.

Due to low wages and lack of benefits, precarious workers often have difficulty accessing medicine, particularly prescription drugs.

Pregnant women engaged in precarious work are often not covered by statutory personal emergency leave provisions and, with insufficient time off, may not obtain necessary medical care.

Precarious workers have limited opportunities to access training or education allowing them to upgrade their skills. Without training, they are less likely to find more stable and better paid work. This contributes to long-term economic vulnerability and perpetuates the cycle of precarious work.

Advantages of the precarious employment for the society and labor market:

Precarious work helps employers to evade their obligations to provide social security and pensions, maternity and family leave, overtime payments, vacation and holidays, and occupational health and safety.

Wages of precarious workers are much less than for permanent workers – wages were more than 50% less for precarious workers, compared with the permanent workforce.

Self-employed contract workers can reduce their taxable income by claiming tax-deductible business expenses.

Career freelancers experience many different work environments and take «lessons learned» into future workplaces to their benefit and to the benefit of their employers.

Flexible work schedules make room for the pursuit of other personal and/or professional interests.

Freelance workers go where the need is greatest for their accumulated skills, knowledge and experience. Their wages are generally higher, and their employers get greater productivity – a win-win scenario for everyone, including the economy.

Groups being more vulnerable to be found in precarious work:

- Women workers;
- Young workers;
- Older workers over the age of 50;
- Minority ethnic workers ;
- Disabled workers;
- Students, apprentices and internees.

Part-time work

Part-time work has firstly appeared in 1970. As the manifestation of the emergence of more flexible and destandardized labor markets. Part-time work considers as a work which is shorter than normal or full time work. The International labor organization has accepted PartTime work Convention in 1994 (No. 175). International labor organization has defined Part-Time work as a work, which normal hours of work are less than those of comparable full-time work. For statistical purposes, however, part time is commonly defined as a specified number of hours. The threshold which divides workers into full-time and part-time workers varies from country to country (see the table below for some examples), but is usually either 30 or 35 hours per week.

In industrialized countries, the proportion of part-time workers is especially high among women. In many countries, the share of part-time workers is also particularly high in the services sectors and among low-skilled employees.

Temporary work

Temporary work is a work which terminates by the objective reasons such as reaching a certain date, completion of an assignment or return of another employee who has been temporarily replaced. In most cases temporary work conditions are written in contract and both sides are working according to the working contract. Mainly these groups of people considers as a worker with temporary work contracts:

- persons with a seasonal job;
- persons engaged by an employment agency or business;
- persons with specific training contracts.

Fixed term

A fixed-term employment is an employment contract by which an employer hires an employee for a limited period of time. Such contracts are possible only to perform a specific, temporary task. For example, a fixed-term employment contract may be used: to replace an employee who is absent, or to replace an employee who has not yet taken up their position. It may also be used in the event of a temporary increase in the activity of the company, for seasonal work or for State-aided employment within the framework of employment support measures. A fixed-term contract is a contract of employment which is for a specific term which is fixed in advance but which can be terminated early by appropriate notice being given by either side within the period. Which terminates automatically on the completion of a particular task.

Self-employment

Since the 1970s, about 15 years in many developed countries is in the process of industrial restructuring, accompanied by a temporary increase in unemployment and the aggravation of social tensions. In this regard, many countries have been taken of individual business development measures in the form of self-employment. Self-employment it is a form of employment where worker or person gets material necessities directly from customer, unlike the hired work. Usually, the person who got the status of self-employed finds work for himself within his own business. Self-employed person organizes labor relations in the form of labor contract and directly works according to the contract. In most cases, self-employed person opens his own business and works as a entrepreneur. In most countries self-employment legalized and supported by local government. Seasonal work Seasonal working relationships were widely identified with precariousness. Interviewees specified that seasonal work itself was not precarious but that the conditions under which it was performed could often be defined as precarious. Specific forms of seasonal work were referred to as being precarious: low skilled, agricultural manual labour, harvesting crops of a seasonal nature, like pulling asparagus and picking mushrooms. As well in as agriculture, seasonal work was identified as prevalent in hotels and in construction. Seasonal work has a lot of both positive and negative sides. Seasonal work can in a short time to get a good income, this is a great option for those who do not have permanent jobs. Seasonal work abroad gives you the opportunity to practice a foreign language, to get acquainted with the country, to see how people live. By cons include seasonal work hard physical labor, a small amount of time to rest, as well as the most unexpected circumstances in which an employee can get.

Current challenges on the global labor market

Globalization processes, with all its ensuing challenges and threats, influence on the labor market development and creates acute social problems. Wherein, formation of new social class, which is called precariat, is a peculiarity of global labor market's development. The core, reasons and features of the precarization are explored by various scientists, highlighting characteristics of precariat class, in particular:

- the lack of guaranteed employment and workplaces;
- direct monetary remuneration;
- the lack of guaranteed pensions, unemployment benefits, health insurance and etc.;
- restriction of the rights (civil, political, cultural and economic) in comparison with other citizens.

The development of the precarization of population depends on a variety of factors, including: growth and rejuvenation of population; unemployment; the lack of stable income sources; low standard of living; property differentiation of the population; intensive migration.

K. Derry in his own researches distinguishes such reliability levels of the employment relationships, as:

- first – long-term unemployed;
- second – part-time employed;
- third – middle and upper class, who are potentially threatened with the loss of workplace.

References:

1. Rodgers G. 1989. «Precarious Employment in Western Europe: The State of the Debate». In Precarious Jobs in Labor Market Regulation: The Growth of Atypical Employment in Western Europe, edited by G. Rodgers and J. Rodgers. Belgium: International Institute for Labor Studies. P. 1–16.
2. Gill R. & Pratt A. (2008). «In the social factory? Immaterial labor, precarity and cultural work». Theory, Culture & Society, 25, 7-8, 1-30.
3. Bobkov V.N., Veredyuk O.V. «Impact of Employment Instability on Socio-Economic position of Employees». Экономика региона. 2013. № 4. С. 35–43.
4. Gill R. & Pratt A. (2008). «In the social factory? Immaterial labor, precarity and cultural work». Theory, Culture & Society, 25, 7–8, 1–30.
5. Г. Стэндинг. Прекариат – новый опасный класс. М. 2014. С. 147. <http://shop.fotodepartament.ru/shop/books/russian-books/gaystending-prekariat-novyiy-opasnyiy-klass>.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ, КАЗАХСТАНСКАЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

Александрова И.А. – PhD докторант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Инновационный путь развития на современном этапе формирует экономику, основанную на знаниях. Одним из важнейших факторов формирования экономики является образование, уровень развития системы образования является источником знания и формирования интеллектуального потенциала страны. Экономика знаний диктует новые задачи в сфере образования, в частности высшего образования. Предъявляемые требования к развитию системы высшего образования дают

возможность разработать эффективные механизмы повышения конкурентоспособности высшего образования.

В Послании Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева «Построим будущее вместе!» говорится: «Качественное образование должно стать основой индустриализации и инновационного развития Казахстана»[1].

Сегодня конкурентоспособность страны невозможна без инновационной составляющей. Формирование и развитие инновационной деятельности нельзя представить без участия государства, использования инструментов и механизмов государственной поддержки. Государственная политика по реализации инновационной деятельности направлена на формирование и усовершенствование правовой базы, содействию спроса на инновации, стимулирование взаимоотношений между всеми участниками инновационного процесса. Особенности развития страны, цели инновационной политики, экономический потенциал определяют многообразие методов и форм стимулирования инновационной деятельности в различных странах.

Роль образования на современном этапе развития устанавливается задачи перехода к инновационной экономике. Государственная образовательная политика отражает общие интересы государства в сфере образования. Процессы модернизации сферы образования в новых социально-экономических условиях выдвигают на первый план совершенствование системы образования как ведущей отрасли национальной экономики.

Интерес к изучению систем высшего образования на международной арене стремительно растет. Сегодня государственная политика в сфере образования стоит на пути модернизации, конкурентоспособность страны определяется уровнем инновационного развития, что в свою очередь невозможно без инвестиций в образование. Усиление борьбы за основные ресурсы экономического общества – за знания и их носителей – квалифицированные кадры не только внутри страны, но и за ее пределами, порождает экономическую конкуренция в мировом масштабе. Современная система образования выступает главным фактором в завоевании лидирующих позиций на международных рынках образования. Опыт зарубежных стран, показывает, что реализация и совершенствование государственной политики в сфере образования невозможно без модернизации содержания и структуры образования, усовершенствование механизмов управления, повышение качества образования, повышение профессиональных качества педагогов. Немаловажным условием развития системы образования является государственная поддержка для обеспечения правовых, организационных и экономических механизмов стимулирующих образовательную деятельность страны.

Повышенный интерес к высшему образованию и осознание его роли отражается в многообразии международных рейтингов. Примером может служить, рейтинг стран с лучшей системой высшего образования «QS SAFE National System Strength 2016», который впервые опубликовал Quacquarelli Symonds. Рейтинг сравнивает национальные показатели по 4 направлениям. Первый показатель – это «эффективность системы», он отражает количество учреждений страны в международных рейтингах. Второй показатель – «доступ» отражает количество мест, имеющихся на международном уровне оцениваемых университетов. Третий показатель «ведущие учреждения», оценивает результаты деятельности ведущих университетов в каждой стране. Четвертый показатель «экономическая составляющая» – отражает факторы производительности по отношению национальных инвестиций в области высшего образования к ВВП на душу населения [2].

Рейтинг «QS SAFE National System Strength 2016» охватывает 50 стран, где большая половина стран находятся в Европе. Первое место за 2015 и 2016 годы принадлежит США, следом идут, Великобритания, Германия, Австралия замыкает пятерку лидеров Канада. Франция расположилась на 6 месте, десятку лидеров замыкают страны Азии: Китай, Южная Корея и Япония. Казахстан занял 40 место поднявшись на 1 позицию с 2015 года [3].

Таблица 1 - Рейтинг QS SAFE National System Strength 2016

Ранг		Страна	Сводный индекс	Система	Доступ	Ведущие учебные заведения	Экономич. составляющая
2014-15	2016						
1	1	США	100	100	100	100	100
2	2	Великобритания	98,5	98,6	96,7	99,8	99
3	3	Германия	94	93,9	97,9	92,2	91,9
4	4	Австралия	92,6	89	98,6	97,8	85

5	5	Канада	90,2	85,9	97,6	97,2	80,2
6	6	Франция	89	86,6	85,9	97,3	86,2
7	7	Нидерланды	84,8	89,3	85,1	92,9	71,8
11	8	Китай	83,5	87,9	49,3	97	99,9
10	9	↑ Южная Корея	80,1	77,9	67,6	95,6	79,4
9	10	↓ Япония	78,5	83	53,1	95,3	82,8
19	20	↓ Гонконг	66,7	68,8	64,1	96,7	37,2
28	30	↓ Южная Африка	47,1	35,3	13,2	72,2	67,7
41	40	↑ Казахстан	25,1	17,6	10,8	47,4	24,5
51	50	↑ Пакистан	9,2	3,6		1,7	31,3

Таким образом, согласно рейтингу, QS SAFE National System Strength лидирующими странами мира с лучшей системой образования признаны США, Великобритания, Германия, Австралия, Канада.

Современная система образования усложняется многообразием высших учебных заведений и ростом их числа. В связи с чем, анализ управления этой отраслью усложняется. На смену традиционной модели с функциями координирования и контроля в лице центрального Министерства образования, формируются новые модели управления системой образования, исходя из традиционных особенностей и истории развития страны.

Изменения в устройстве системы образования прослеживаются во многих странах. Изменения прежде всего связаны с делегированием полномочий государственных органов органам управления на региональном уровне, организациям-посредникам или самим высшим учебным заведениям.

В некоторых странах региональным органам переданы функции по контролю деятельности высших учебных заведений, однако общая координация системы высшего образования остается на государственном уровне. Региональные органы управления зависят от административно-территориального устройства того или иного государства. Наблюдает положительная тенденция по передачи функций центральных органов, чаще всего Министерств образования органам разного уровня управления. Такая модель управления положительно сказывается на деятельности государственных вузов, которые обретают больше самостоятельности, при этом пребывая в качестве государственного сектора.

Учитывая международный опыт при всем разнообразии национальных систем управления образованием, разработана следующая классификация:

- 1) система централизованного управления;
- 2) система децентрализованного управления.



Рисунок 1 - Система управления образованием в мире

Централизованная и децентрализованная система образования не может быть оценена однозначно в сторону положительного развития или отрицательного. Каждая система имеет свои сильные стороны и недостатки. При централизованной системе образования создаются и действуют общенациональные образовательные стандарты, как правило это авторитарность, тогда как децентрализованная модель позволяет развивать инициативу университетов, учитывать местные особенности, однако, при этом теряется контроль и единство при реализации политики образования.

В условиях бюджетной экономики продолжаются процессы реформирования образования, идет поиск эффективных моделей и механизмов совершенствования процесса образования.

Исходя из проведенного анализа международной государственной политики и нормативно-правовой документации в сфере управления системой высшего образования и науки, авторами исследования была выделена группа экономических развитых стран мира, входящих число лидеров мирового рынка наукоемкой продукции. На долю новых технологий, оборудования, содержащих новые знания в данных странах, приходится до 70-85% прироста ВВП. Объем мирового рынка наукоемкой продукции составляет 2 трлн. 300 млрд. долл. (К примеру, доля США - 39%, Германии - 16%). К тому же авторами исследования была отмечена взаимосвязь лидирующих позиций в глобальном индексе конкурентоспособности и большой концентрации в этих странах университетов, входящих в ТОП 100 рейтингов мировых университетов. Таким образом, данные страны являются к тому же лидерами качества и конкурентоспособности в сфере высшего образования и научных исследований [4].

Список литературы:

- 1 Построим будущее вместе! Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана. 28 января 2011 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstana-28-01-2011-g_1340624589
- 2 US Leads New Ranking of National Higher Education Systems [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/system-strength-rankings/us-leads-new-ranking-national-higher-education-systems>
- 3 Рейтинг стран с лучшей системой высшего образования – 2016 https://ria.ru/sn_edu/20160518/1432025012.html
- 4 Научно-методологические основы повышения конкурентоспособности высших учебных заведений республики Казахстан: отчет о НИР (промежуточ. 2015): КазНУ имени Аль-Фараби; рук. Мутанов, Г.М.; Алматы, 2015. – 75 с. № ГР 0115РК01214. – Инв. № 0205РК00643.

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ

Мукаев Д.Т. – преподаватель

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Инновации определяется как "процесс внесения изменений в то, установленном введении что-то новое." Это относится к радикальным или постепенные изменения в отношении продукции, процессов или услуг." [1] За эти годы произошло много изменений в том, как образование разработаны и поставляются в частях мира.

Сегодня технология существенным фактором за изменения, а иногда и играет важную роль в инновациях в образовательном проекте и доставки. Есть огромные возможности для изменения больше и более распространенной с использованием современных технологических достижений, а также с внедрение инновационных образовательных программ. Задача состоит в том, чтобы обеспечить, что инновации играет конструктивную роль в улучшении образовательных возможностей для миллиардов людей, которые по-прежнему недостаточно подается в стремительно развивающемся мире.

Вот один сценарий, который служит для иллюстрации потенциального воздействия технологии в образовании. Этот сценарий может представлять или не представлять собой идеальное применение инноваций и технологий. Однако это свидетельствует о связи между новыми технологиями и инновациями в образовательной доставки. Сценарий:

Жанара посещает вечерние классы, работая полный рабочий день. Она едет в работу на автобусе, делая полтора часа добираться каждый день. Жанара надевает наушники и включает ее PDA мобильного телефона ("смартфон"), который имеет Audio Сору лекции от ночи раньше. После урока, вечером Жанара пришла домой и включила интернет с помощью своего недорогого компьютера для загрузки аудио записи преподаватель сделал. Теперь она слушает лекции во второй раз, чтобы заполнить пробелы, которые она пропустила, когда она устала в вечернем классе. Потом Жанара начинает решать свою домашнюю работу, которая требует исследования, обсуждение темы с группой классов, и представление совместного задания. Жанара начинает планировать назначение во второй

половине дня чай, кофе, а в конце рабочего дня она проводит 20-й введя схему присвоения и затем отправляет ее к группе перед его сохранением на карту памяти и отправиться домой через микроавтобус. По дороге, Жанара догоняет по показаниям. Одна из глав из 500-страничной книге, которая является одновременно тяжело носить и очень дорого. К счастью, учреждение имеет цифровые права на использование содержания по ее учеников, так Жанара скачала главу ее смартфона.

Выше сценарий может показаться знакомым для тех, кто изучал в вечерных классов. В то время как она нацелена на ученика, сценарий может быть одинакова для учителей, воспитателей, работников по распространению сельскохозяйственных знаний и других учащихся.

Технологии, которые теперь доступны в большинстве стран Содружества увеличить потенциал для поддержки учащихся и педагогов, и может помочь устранить барьеры времени и расстояния. Новые информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) не заменяют все предыдущие, не заменяют необходимость хорошей образовательной дизайна и доставки. Тем не менее, соответствующие технологии могут предоставить дополнительные возможности для учащегося поддержки, интерактивность и доступ к образованию.

С появлением смартфонов, электронных книг читателям, «Подкасты» и «водкасты» [2] Интернет и недорогие компьютеры, а также солнечной энергии, доступ сотового телефона и других технологий, приходит возможность обеспечить образование, чтобы помочь отдельных лиц и общин в местах с недостаточным уровнем обслуживания с помощью традиционных образовательных институтов. Технология и другие инновации позволяют образовательный проектирование и поставка должна быть адаптирована к нуждам и окружению студентов, обучающихся в области открытого и дистанционного обучения (ОДО) и традиционных образовательных программ. Таким образом, технология может также помочь программы перейти к "личностно-ориентированного» подхода к образованию.

Сегодня Интернет и электронная почта позволила изменения в конструкцию и доставки ОДО во многих частях мира. Какие технологии доступны для учащихся в развивающихся странах? Во многих местах, сотовые телефоны находятся в очень широкое применение, и текстовых сообщений является популярным для работы и личного общения, но несколько учреждений приняли этот инструмент. Как преподаватели и институты более точно соответствовать их образовательный дизайн и доставку с технологиями, к которому учащиеся имеют регулярный доступ?

"Несмотря на то, технология не должна ездить наше учение, технологии, изгоняет изменения" [3]. Сегодня педагоги имеют задачу отслеживания изменений в технологиях, определения, если они применяются для учащихся, проживающих в «реальном мире», и ищет способы использования технологий дополнять и поддерживать учебные методики и практики. Кто будет воспитывать педагогов? Как педагоги в курсе технологических достижений, которые поддерживают нововведений и улучшений в разработке учебных программ, и доставки? Что можно институтов, правительств и международных организаций сделать, чтобы помочь педагогам освоить новые технологии и инструменты для создания и содействия возможности получения образования?

Учитывая проблемы, связанные с недостаточным количеством учителей обучают, учителей, чтобы оставить профессию, и слишком мало классных в развивающихся странах, технологии могут позволить больше людей, чтобы получить доступ к образованию. Будет новое поколение недорогих компьютеров сделать это возможным для большего количества студентов в развивающихся странах, чтобы иметь доступ к этой технологии [4]. Это не технология, но потенциал его обеспечивает доступ, эффективности и расширение возможностей для обучения. Компьютеры лучше возможность учащимся доступ к образованию через ОДО. Учащиеся могут использовать Интернет-технологии для общения с другими студентами или преподавателями через город или по всему миру. Преподаватели и студенты могут получить доступ к информации с помощью виртуальных библиотек и World Wide Web, и использовать программное обеспечение освоить технические, а также академические навыки [5]. Возможности огромны, но есть также технологические ограничения во многих частях развивающихся стран. Барьеры на пути технологических инноваций для поддержки образования включают в себя неадекватные телекоммуникационной пропускную способность, отсутствие обученного обслуживающего персонала, а также стоимость и наличие простых телефонов, сотовые телефоны, компьютеры и электричество. Вот некоторые вопросы, чтобы обдумать в применении инноваций для обеспечения доступа к образованию:

Какие процессы, необходимые для обеспечения электроэнергией и широкополосный доступ для всех образовательных учреждений (например, школы, колледжи, университеты);

1. Какие процессы необходимы для предоставления широкополосного доступа ко всем протяжении всей жизни (взрослые, кто может платить разумные цены для доступа);

2. Какие альтернативы сделать учреждения, если они вряд ли будут подключены к надежной службе электроэнергии в обозримом будущем;

3. Какие альтернативы существуют для внедрения компьютеров или увеличение их числа в школах и высших учебных заведениях;

4. Каковы инновации в образовании, которые могут помочь удовлетворить три миллиарда человек вызов?

Задача закрытия все увеличивающийся разрыв между имущими и неимущими может возлагаться на готовность педагогического сообщества, чтобы просмотреть образование с новой точки зрения к инновациям. Это может включать в себя использования недорогих и доступных технологий для расширения доступа к образованию. Это может также потребовать другие инновационные процесс или услуг стратегий, которые не полагаются на технологии. Это может потребовать изменения в фокусе, целевой образовательных и учебных программ, более тесно привязано к то, что люди идентифицируют себя как их самых насущных потребностей. Предоставление образования в новых и нетрадиционных способов является лишь одним из целого ряда решений, но это за счет инноваций, что мы можем решать проблемы улучшения эффективности, снижения издержек, повышения доступности и большего успеха в достижении целей в области развития через образование.

Список литературы:

1. Кукушкина О.И. Компьютерная поддержка взаимодействия специального психолога и педагога/ 2002.-№2.С.72-82
2. Эманкас Г., Самуэль Д. Революция в обучении. - М.: Издательство «ПАРВИНЭ», 2013.
3. Зинов В.Г. Инновационная деятельность как процесс воспроизводства знаний // Менеджмент инноваций: Кадровое обеспечение. – М.: Дело, 2009.
4. Такер Р. Инновации как формула роста. – М.: Олимп-Бизнес, 2012.
5. Carayannis, E. G., Alexander, J., & Ioannidis, A. (2013). Leveraging knowledge, learning, and innovation in forming strategic government–university–industry 20(9), 477-488.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІ МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУДІҢ ҚҰҚЫҚТЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Домалатов Е.Б. – PhD докторант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Өзектілігі. Кез-келген мемлекет үшін экономикалық өсу қарқыны жоғары және әлемдік жаһандану жағдайындағы ұлттық экономикалардың турбуленттілігі жағдайында бәсекеге қабілетті мемлекет болу үшін ұлттық инновациялық жүйені жоғары деңгейде дамытуы шарт. Қазіргі таңда, инновациялар кәсіпкерлік қызмет пен мемлекет экономикасының даму қарқынын өсіретін нарықтық экономиканың ең бір маңызды элементтерінің бірі ретінде қарастырылады. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев және бірқатар қазақстандық мамандар өздерінің баяндамаларында, «Еліміз шикізат экспорты тәуелділігінен айырылу үшін инновациялық экономикаға немесе «білім экономикасына» өтуі керек, себебі экономикалық өсудің негізгі шарты ретінде зияткерлік және ғылыми-техникалық қызмет нәтижелерін жасау және қолдану болып табылады» деп атап өткен болатын.

Зерттеу мақсаты. Қазақстан Республикасындағы инновациялық қызметті мемлекеттік реттеудің нормативтік-құқықтық аспектілерін зерттеу және заңнамалық базаның хронологиясын жасау.

Эксперименттік бөлім. Инновациялық қызметті мемлекеттік реттеудің құқықтық аспектілері келесі отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектерінде баяндалған: ресейлік ғалымдар: М.В. Волынкина, А.С. Звездкина, Л.А. Евсеева, М.Ю. Мижинский, О.А. Городов, О.И.Худокормова; қазақстандық ғалымдардың көп бөлігі инновациялық қызметтің ұйымдастырушылық-экономикалық механизмін, оның экономикалық аспектілерін көптеп зерттеген: С.Абдыгаппарова, Р.Алшанов, Г.Мутанов, К. Мухтарова, С. Купешова, А. Тургинбаева, К. Кажымурат, М. Кенжегузин және т.б.

Қазақстан Республикасында инновациялық қызметті мемлекеттік реттеу бойынша 1991-2016 жылдар аралығында қабылданған нормативтік-құқықтық актілер және олардың мемлекеттік реттеудегі ролі қарастырылып, анализ, эксперттік және арнайы тану әдістері қолданылды.

Зерттеу нәтижесі мен оның талдауы. Инновациялық үрдісті мемлекеттік реттеудің қажеттілігі тек оның жалпыұлттық маңызымен емес, сондай-ақ оның экономикалық мазмұнымен түсіндіріледі. Бір жағынан, қазіргі таңда инновациялар бәсекелестеріне қарағанда өндірістік шығындарды төмендету арқылы және нарықтық сұранысты оңтайлы қанағаттандыру барысында шаруашылық субъектілерінің табысты ұлғайтудың негізгі құралы болып табылады. Ал екінші жағынан, классикалық нарықтық механизмдер жағдайында ғылыми-техникалық нәтижені алу айтарлықтай

қиын болар еді, себебі көптеген жаңашылдықтар өндірістке, иә болмаса шаруашылық қызметіне енгізіле алмас еді.

Мемлекетте инновациялық қызметті дамыту және оны мемлекеттік реттеудің негізгі алғышарттарының бірі болып, Ұлттық инновациялық жүйені реттейтін заңнамалық негізді құрастыру мақсаты тұрады. Қазақстан Республикасы үшін бұл мәселе өз тәуелсіздігін алған уақыттан бастау алады, себебі бұған дейінгі нормативтік-құқықтық актілердің барлығы дерлік нарықтық экономика жағдайына бейімделмеген Кеңестік коммунистік заңдар болды. Еліміз өзін тәуелсіз мемлекет ретінде жариялаған сәттен бастап нарықтық экономика жағдайында даму курсы қабылдағаны белгілі, сол күннен бастап үкімет басшылығы білім мен ғылымның маңыздылығын ескере отырып бұл салаға да көңіл бөле бастады. Инновациялық қызметті мемлекеттік реттеу саласындағы алғашы заң 1992 жылы қабылданған болатын. Бірақ, 1996-1997 ж.ж. ғана алғаш рет Қазақстан Республикасында инновациялық қызметті мемлекеттік реттеудің мақсаттары мен принциптері, Ұлттық инновациялық саясаттың жағдайы айқындалды, мемлекеттің инновациялық доктринасы қабылданды, инновациялық кодекстің заңдары, мемлекеттік инновациялық бағдарламаның мақсаттары мен негізгі шарттары анықталды. Төмендегі кестеде біз еліміздегі инновациялық қызметті реттеу бойынша нормативтік-құқықтық актілердің хронологиясы көрсетілген.

Кесте 1– ҚР инновациялық қызметті реттеу бойынша НҚА хронологиялық кестесі [1]

№	Нормативтік-құқықтық акті атауы	Қабылданған жылы	Инновациялық қызметті реттеудегі негізгі сипаттамасы
	«ҚР-ның ғылым және мемлекеттік ғылыми-техникалық саясат туралы» заңы	1992 ж	Заңға сәйкес осы саладағы республиканың мемлекеттік саясатының негізі болып мемлекеттің ғылыми-техникалық потенциалының дамуымен материалды өндірістің жандануы, ғылым мен техниканың басты бағыттарын қолдау табылады. Қазіргі таңда бұл заң өз күшін жойды.
	«Жеке кәсіпкерлікті қолдау мен қорғау туралы»	4.06.1992 ж.	Жеке кәсіпкерліктің дамуына негіз болды
	«Тауарлық белгілер, қызмет көрсету белгілері және тауардың жасалу орындарының атауы туралы» заң	18.01.1993 ж	Интеллектуалды меншік объектілерін қорғау бойынша қызметті реттеді.
	«Шағын бизнес орталықтарын құру туралы»	1993 ж.	Шағын бизнес саласын реттейтін алғашқы ресми құжаттардың бірі болып табылады.
	«Венчурлық фирманы құру туралы»	1995 ж.	Венчурлық фирмаларды құрудың ұйымдық сұрақтары құжатында көрсетілді. Құжат осы құрылымдарды құрудың ұйымдық сұрақтарын ғана қарастырады, онда қаржыландыру көздері көрсетілмеген.
	Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерлікті қолдаудың мемлекеттік бағдарламасы	1994 ж.	Бағдарламаға сәйкес кәсіпкерлердің инновациялық қызметін салықтық реттеу қарастырылған. Бірақ бұл салық туралы жарлықта ескерілмеген. Кейін 2008 жылы жаңа салық кодексінде инновациялық қызметті салықтық реттеудің барлық құралдары ескерілген.
	Белорус Республикасының комитеті, Қазақстан Республикасының, Қырғыз Республикасының және Ресей Федерациясының Парламентаралық шешімі бойынша «Инновация туралы» үлгілік заңы	наурыз 1996 ж.	Аталған заң стратегиялық бағыт ретінде инновациялық қызметті ұйымдастыру мен іске асыру мақсатымен келісім-шартқа қатысушы мемлекеттердің іс-әрекетінің сипаттамасын анықтай отырып, инновациялық қызметті жүзеге асыруға түрткі болды.
	«Авторлық құқық және аралас құқық туралы» заң	10.06.1996 ж.	Интеллектуалды меншік объектілерін қорғау бойынша қызметті реттеді.
	ТМД елдерінің Парламентаралық Ассамблеясының бірлескен отырысында «Инновациялы инвестициялық желілі инфрақұрылым туралы» үлгілік заңы	маусым 1997 ж.	Бұл үлгілік заң инновациялық қызметті іске асыру сұрақтарын шешуге, өзара байланысқан ұйымдар мен басқару звеноларының жүйелерін реттеуге арналған.
	ҚР Білім және ғылым Министрлігінің ғылыми-технологиялық саладағы шағын және орта бизнестің дамуы туралы бағдарламасы	1997ж	
	«Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау туралы» заң	19.06.1997 ж.	шағын кәсіпкерлік құрылымдардың қызметін реттеуді қамтамасыз ету.

ҚР Білім және ғылым министрлігімен «Ғылыми зерттеу институттары мен ғылыми сиымды өндірісі бар жоғары оқу орындарын интегралдау концепциясы» жасалды	1999 ж.	
«Меншік қатынастарын, өнеркәсіптік және интеллектуалдық меншік объектілерін қорғау туралы» заң	06.07.1999 ж.	Меншік қатынастарын реттей бастады, себебі ҚР конституциясында меншіктің екі түрі (жеке және мемлекеттік)
«ҚР-ның инновациялық концепциясы»	наурыз 2000 ж.	Энергетика, индустрия және сауда министрлігінің жарлығымен мемлекетте инновациялық даму жағдайларын құруға негіз болды
Қазақстан Республикасының «Білім туралы» заңы	2001 ж.	Аталған заңда мемлекет экономикасының инновациялық даму жолына көшу негіздері және ғылым мен техника саласындағы инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау шаралары, инновациялық инфрақұрылымның дамуы мен кадрларды дайындауда мемлекеттің қатысуы қарастырылған.
Қазақстан Республикасының Парламенті шешімімен 2001-2015 ж.ж. арналған инновациялық даму бағдарламасы бекітілді.	мамыр 2001 ж.	Бағдарлама мақсаты: ғылым мен техника жетістіктерін қолдану, балансталған өндірістік инфрақұрылымды құру және ЖҰӨ-нің шикізат бөлігін жоғары технологиялы экспорттық өнімдерге біртіндеп енгізу негізінде мемлекет экономикасының дамуына қажетті жағдайлар мен жағымды ортаны жасау. 2004 жылы күші жойылды.
Қазақстан Республикасының «Инновациялық қызмет туралы» заңы күшіне енді.	03.07.2002 ж	Аталған заң инновациялық қызмет саласындағы қатынастарды реттейтін, мемлекеттік инновациялық саясаттың негізгі принциптері, бағыттары мен іске асыру формаларын анықтады
ҚР Президентінің Жарлығымен Қазақстан Республикасының 2003-2015 ж.ж. арналған индустриалды-инновациялық даму стратегиясы бекітілген	17.05.2003 ж	Стратегия мақсаты – экономика салаларын диверсификациялау жолымен мемлекеттің тұрақты дамуын қамтамасыз ету. Оның іске асырылуы үш кезеңді қамтиды (2003-2005 ж.ж, 2006-2010 ж.ж, 2011-2015 ж.ж).
Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы	25.02.2010 ж	Бағдарламаның негізгі міндеттері Экономиканы әртараптандыру және оның бәсекегемақсаты қабілеттігін арттыру арқылы оның орнықты және теңгерімді өсуін қамтамасыз ету. Экономиканы әртараптандыруды және оның бәсекеге қабілеттілігінің өсуін қамтамасыз ететін оның басым секторларын дамыту, Индустрияландыру үшін қолайлы орта жасау; Экономикалық әлеуетті ұтымды аумақтық ұйымдастыру негізінде экономикалық өсу орталықтарын құру; Экономиканың басым салаларын дамыту процесінде мемлекет пен бизнестің өзара тиімді іс-қимылын қамтамасыз ету
«Индустриялық-инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» ҚР заңы	9.01.2012 ж.	Инновациялық-индустриялық өнеркәсіп, Нормативтік құқықтық актілер: дайындау, қабылдау, өзгерту, жариялау, түсіндіру, мемлекеттік есепке алу сияқты сауалдарды реттеді. 2015 жылы күші жойылды.
Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі инновациялық даму тұжырымдамасы	04.06.2013	Тұжырымдаманың мақсаты экономиканың шикізаттық түрінен инновациялық түріне өтуін қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін жаңа жоғары технологиялар мен қызмет көрсетулер негізінде Қазақстанның әлемнің бәсекеге қабілетті 30 елінің қатарына кіруіне жәрдемдесу болып табылады.
Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2015 - 2019 жылдарға арналған тұжырымдамасы	31.12.2013 ж.	Бұл тұжырымдаманың негізгі мақсаты өнеркәсіпті әртараптандыру мен бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін ынталар мен жағдай жасау болып табылады және ол өзінің алдында

			келесі міндеттерді қояды: 1) макроөңірдегі ресурстық секторлардың сұранысы және экспорт үшін жаңа мүмкіндіктер есебінен өңдеуші өнеркәсіпті үдемелі дамыту; 2) индустриялық дамыту үшін іскерлік климаттың сапасын арттыру, оның ішінде адал бәсекелестікті дамыту үшін қолайлы жағдай қалыптастыру; 3) инновациялық кластерлер қалыптастыру мен инновациялық инфрақұрылымды дамыту арқылы болашақ секторларын дамытуға негіздер құру; 4) өңдеуші өнеркәсіптегі кәсіпкерлікті ынталандыру мен шағын және орта бизнесті дамыту; 5) өнімді жұмыс орындарын құру.
	«Инновациялық технологиялар паркі» инновациялық кластері туралы» заңы	10.06.2014 ж	Инновациялық-индустриялық өнеркәсіп, Экономикалық аймақтар (еркін, арнайы), Ақпараттандыру. Ақпараттық технологиялар сияқты негізгі салаларды қарастырды.

Аталған заң жобалары мен нормативті-құқықтық актілер еліміздегі инновациялық қызметті қалыптастыру мен дамыту жолында мемлекеттік реттеудің ең негізгі функцияларын атқарды. Жоғарыда көрсетілген нормативті-құқықтық актілердің бірқатары қазіргі таңда өзінің күшін жойған. Бұның негізгі себебі, олардың құқықтық уақытының аяқталуы, бағдарлама, иә болмаса заң жобасының нақты мақсатына жете алмауы немесе еліміздегі ұлттық инновациялық жүйенің даму бағытының өзгеруі және т.б. Қазақстандық инновациялық жүйенің дамуының негізгі мәселелерінің бірі болып дәл осы аталған заң жобаларының іс жүзінде орындалу пайызының аздығы, яғни инновациялық жүйені дамытуға бағытталған бағдарламалардың көпшілігі орындалмай қағаз күйінде қалып қалуы болып табылады. Оның негізгі себебі ретінде келесілерді қарастыруға болады [2]:

- инновациялық жүйе субъектілерінің (кәсіпкерлердің) басым көпшілігінің инновациялық қызметті дамытуға деген құлшынысының төмендігі;

- технологиялар мен өнімдердің ғылыми әзірлемелерінің басым көпшілігінің тұтынушыларға жеткізу үшін толық аяқталмағандығы, ал бұл өз кезегінде ықтималды серіктестерінің алдында ұсынылып отырған технологиялардың (өнімнің) құндылығын тез төмендетеді;

- технологиялық жаңашылдықтарды енгізу және оларды нарыққа шығарудың заманауи механизмдерінің болмауы. Нарықтық қатынастар жағдайында жаңашылдықтарды игеру механизмі шағын инновациялық бизнеспен тығыз байланысты, себебі олар жоғары тәуекелге бейім болғанымен, егер жоба сәтті іске асса, онда жоғары қайтарымдылығымен сипатталады. Экономикасы дамыған елдерде шағын инновациялық кәсіпкерлікті дамытуға қажетті жағдай (инфрақұрылым) жасайтын халық шаруашылығының ерекше секторы бар;

- инновациялық жобаларға жәрдемдесетін дамыған инфрақұрылым элементтерінің (технологиялық парктер, арнайы мамандандырылған бизнес-инкубаторлар, тәуекелді қаржыландыру қорлары (венчурлік қорлар), кәсіпорынды тез өсу кезеңінде қолдайтын арнайы қаржыландыру механизмдері, кәсіпорын мен зияткерлік меншікті бағалайтын сертификатталған бағалаушылар және т.б.) жоқтығы.

- ішкі нарықта алдыңғы қатарлы технологиялар мен өндірістік жаңашылдықтарға төлемқабілеті жоғары сұраныстың жоқтығы. Ғылым мен ғылыми-техникалық қызмет, қызмет көрсету саласына жатқандықтан, бұл қызмет түріне нарықтық сұраныс болуы керек. Өкінішке орай, отандық ғылыми қызмет және ғылымисыымды өнім нарығы өте тар және кішкентай. Кәсіпорындардың басым көпшілігі ғылым қызметін сатып алуға мүмкіндігі жоқ, себебі ғылым қызметі көп жағдайда қымбат және тәуекелі өте жоғары.

Е.А. Букетов Қарағанды мемлекеттік университетінің доценті Т.Б. Казбековтың көзқарасы бойынша, инновациялық қызметті мемлекеттік реттеуде келесі нормативтік-құқықтық факторлар орын алады [3]:

- инновациялық қызмет субъектілерінің қарым-қатынасының құқықтық негізінің қалануы;

- инновациялық қызмет субъектілерінің құқықтары мен мүдделерін қорғауға кепіл болу, анығырақ айтқанда, инновациялық қызметтің дамуындағы анағұрлым маңызды болып табылатын, зияткерлік меншік құқықтарын қорғау.

Инновациялық қызмет субъектілерінің арасындағы және инновациялық үрдістің екінші және үшінші қатысушылары арасындағы қарым-қатынастың құқықтық реттелуі келісімшарт арқылы жасалады [3]:

- ғылыми-зерттеу, тәжірибелік-конструкторлық және технологиялық жұмыстарды орындау үшін;
- жобалық және зерттеу жұмыстарын орындау үшін;
- құрылыстық мердігерлік;
- инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қызмет көрсету бойынша;
- инновациялық тәуекелді сақтандыру;
- инвесторлармен контрактілер.

Жоғарыдағы айтылғанды қорытындылай келе, Қазақстан Республикасы өзі ұстанып отырған инновациялық даму бағытын айқын анықтай білді және бұл жолдан тайынбасы анық. Себебі тәуелсіздік алған жылдан бастап еліміз индустриалды-инновациялық дамусыз ел болашағының болмайтындығын анық білді. Сол себепті инновациялық жүйені дамыту және мемлекеттік реттеу мақсатымен бірқатар нормативтік-құқықтық актілер мен бағдарламалар әзірленген болатын. Бірақ, Үкімет бір бағдарламаны соңына дейін жеткізе алмай, жаһандық бәсекелестікті ескере отырып, анағұрлым прогрессивті жаңа бағдарламаларды қабылдағандығын байқай аламыз. Алайда, мемлекет бағдарламалды тек қабылдап қана қоймай, оның нәтижелігін, жүргізіліп жатқан шаралардың орындалуын қадағалау қажеттілігін де ойлауы тиіс. Себебі, инновациялық қызметті мемлекеттік реттеу ол, мемлекет тек стратегиялық бағдарламаларды әзірлеп, инновациялық үрдістің даму бағытын айқындап қана қоймай, нормативтік-құқықтық база мен инновацияның дамуына түрткі болатын инфрақұрылымды құруға тікелей араласуы шарт. Бұндай шараның болуы, ұлттық инновациялық жүйенің бүгінгі күні толық қалыптаспағандығымен түсіндіруге болады, ал халық шаруашылығының кез келеген саласын дамыту барсында, оның алғашқы қадамдары кезінде мемлекеттік қолдаудың қажеттілігі өте жоғары. Қазіргі кездегі заңнамалардағы кемшілік инновациялық қызметтің субъектілерін қолдау механизмі толық қарастырылмаған. Құқықтарды жүзеге асыру механизмі дегеніміз құқықтар мен еркіндікті жүзеге асыруға жағдайлар жасауға мүмкіндік беретін шаралар екендігін ескерсек, қазіргі кезде бұл шараларды бекіту қажеттілігі айқын көрінуде.

Әдебиеттер тізімі:

1. www.adilet.zan.kz - Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі
2. Кайгородцев А.А., Канатқызы Н., Проблемы инновационного развития Казахстана, [электронный ресурс]. 2015г. – Режим доступа: <http://group-global.org/ru/publication/26655-problemy-innovacionnogo-razvitiya-kazahstana> Загл. с экр.. – Яз. русс.
3. Казбеков Т.Б., Баймаганбетов Д.З., Факторы и условия государственного регулирования в инновационной сфере / Казбеков Т.Б., Баймаганбетов Д.З.// Вестник КарГУ, серия Экономика № 4(64), 2011. - С. 33-38.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫН КӨЛІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ

Асқаров Ғ.А. – Phd докторант

ал-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазіргі таңда елдің көлік қауіпсіздігі және көлік әлеуеті мәселелері өте өзекті болып табылады, себебі көлік кешенінің тиімді дамуы елдің экономикасына, сауданың өсуіне, шаруашылықаралық қатынастардың дамуына, шығындар құрылымындағы көлңк шығыны үлеснің төмендеуіне маңызды әсер етеді.

Көлік – мемлекеттің дамуында ерекше рөл атқарады. Көлік - мемлекеттер арасында, ел ішіндегі экономикалық аудандар арасында байланыстар жасауды қамтамасыз ете отырып, елдің экономикасының дамуы үрдісіне, миллиондаған адамдардың заманауи цивилизацияға қол жетуіне, яғни жаңа аудандар мен табиғи байлықтарды игеруге, өнеркәсіптерді орналастыруға, тауар айналымына, халықтың өмірлік деңгейін және мәдениетін арттыруға мүмкіндік жасайды.

Материалдық өндірістің кен өндіру өнеркәсібі, жер өңдеу және өңдеуші өнеркәсіп саласынан басқа төртінші өндіріс саласы - көлік болып табылатынын К. Маркс айтқандай, көлік елдің әлеуметтік, экономикалық және саяси жағдайында ерекше рөл атқарады. Материалдық өндірістегі көліктің ерекшелігі, көлік өздігінен ешқандай жаңа материалдық өнім өндімейді, тек өндірісті шикізатпен, материалдармен, құрал-жабдықтармен қамтамасыз ету және дайын өнімді тұтынушыға жеткізу арқылы өнім өндіру үдерісіне қатысады.

Мемлекеттік көлік саясатына сай, жоғары технологиялық көлік инфрақұрылымы ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігінің кепілі болып табылады. Сондықтан, Мемлекет Басшысы Н.Ә. Назарбаевтың әр Жолдауында көлік инфрақұрылымын дамыту бойынша алға міндеттер қойып келеді. «Қазақстан-2050» Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты

Жолдауында басым бағыттардың бірі ретінде инфрақұрылымды дамыту, [1], ал «Нұрлы жол – болашықтың жолы» халыққа Жолдауындағы басты міндеттердің бірі - көліктік-логистикалық инфрақұрылымдарды дамыту міндеттерін қойды [2]. Жолдауда анықталған міндетке жету үшін 2015-2019 жылдарға арналған инфрақұрылымдарды дамытудың «Нұрлы жол» мемлекеттік бағдарламасы қабылданды [3].

2015 жылы республикада 3 728,6 млн. тонна жүктасылды, бұл 2014 жылғы деңгейден 0,4%-ға төмен, осы кезеңдегі жүк айналымы 512,1 млрд. ткм құрады, 21 843,4 млн. жолаушы тасымалданды, жолаушылар айналымы 254,0 млрд. жкм құрады.

Тасымалданған жүктердің жалпы көлемінде автомобиль көлігінің үлесі 85,13%, теміржол көлігі – 8,99%, құбыр көлігі – 5,78%, көліктің басқа түрлері (әуе, ішкі су, теңіз) – 0,10% құрады. Жүк айналымында теміржол көлігінің үлесі 46,00%, автомобиль көлігі – 31,12%, құбыр көлігі – 22,56%, көліктің басқа түрлері (әуе, ішкі су, теңіз) – 0,32% құрады [4].

Қазақстанның халық шаруашылық маңыздылығы жағынан темір жол көлігінен кейінгі маңызды орынды автомобиль көлігі алады (1,2 кестелер).

Кесте 1 – 2010-2015 ж.ж. аралығындағы тасымалданған жүк, млн. тонна [4].

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Барлығы	2 430,08	2 964,96	3 221, 63	3 497, 92	3 745, 27	3 728, 59
оның ішінде:						
темір жолда	265,66	277,15	290,87	289,35	390,74	335,14
автомобиль және қалалық электр	1 971,61	2 475,49	2 718,11	2 982,67	3 128,51	3 174,29
ішкі суда	1,12	1,08	1,27	1,09	1,29	1,22
Теңізде	4,66	4,56	4,05	3,98	3,63	2,48
Құбырда	187,00	206,67	207,30	220,81	221,09	215,45
Әуеде	0,029	0,029	0,019	0,024	0,019	0,017

Кесте 2 – 2010-2015 ж.ж. аралығындағы жүк айналымы, млрд. ткм [4].

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Барлығы	385,3	448,8	478,0	495,4	490,8	512,1
оның ішінде:						
темір жолда	213,2	223,6	235,9	231,3	216,6	335,1
автомобиль және қалалық электр	80,3	121,1	132,3	145,3	155,7	317,5
ішкі суда	0,08	0,08	0,06	0,03	0,03	0,03
Теңізде	88,6	100,7	106,9	116,0	116,0	159,7
Құбырда	3,1	3,2	2,8	2,7	2,5	11,6
әуеде, млн. ткм	90,1	92,6	59,5	63,1	49,3	42,5

Жоғарыдағы мәліметтерден, Республика бойынша көлік кешенінің құрылымындағы тасымалданған жүктердің көлемі мен жүк айналымындағы автомобиль көлігінің үлесін көріп отырмыз.

Автомобиль көлігі – көліктің әр түрлі түрлерін байланыстыратын және Қазақстан аймақтарының арасында және халықаралық тауар айналымының құралы, ел көлік кешенінің ажыратылмайтын және аса маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Ол:

- ең көп таралуымен және қол жету мүмкіндігімен;
- жолаушылар мен жүктерді жеткізудегі жоғары икемділікпен және жылдамдықпен;
- жүкпен ешқандай қосымша аралық операциялар жасаусыз, тасымалды «есіктен есікке дейін» орындау мүмкіндігімен;
- қысқа қашықтықтарға іс жүзінде баламасыз қызме көрсетулер ұсынумен (қала үшіндегі және қала маңындағы тасымалдар, ауылдық жерлердегі тасымалдар);
- өндірістегі, сондай-ақ қызмет көрсетулер саласындағы түрлі технологиялық үдерістерге бейімделудің жоғары дәрежелілігімен;
- салыстырмалы түрдегі жоғары емес капитал сыйымдылығымен сипатталады.

Осы жағдайларға қарай автомобиль көлігі, құрама және мультимодальды тасымалдарды қосқанда, осы заманғы барлық көлік технологияларының ажыратылмас сыңары ретінде қаралады [5].

Автомобиль көлігі, барлық көлік саласының қызметі сияқты бір-біріне тәуелді екі жүйе: инфрақұрылым және жылжымалы құрамның (подвижной состав) бірлестігінде әрекет етеді. Теміржол көлігінен ерекшелігі, мұнда жалпы міндет – тасымалдауды қамтамасыз ете отырып, екі жүйенің қызметін ұйымдастыру, дамыту мен жетілдіру жеке ведомстволар шеңберінде бөлек жүргізіледі [6].

Автомобиль жолдары желісі – Қазақстан көлік инфрақұрылымының маңызды құраушысы болып табылады. Қазіргі таңда, Қазақстанның көлік кешенінде автомобиль жолдарының жалпы ұзындығы 128,3 мың шақырым, оның 97,8 мың шақырымы жалпы қолданыстағы, 30,9 мың шақырымы ведомстволық жолдарды құрайды.

Жалпы қолданыстағы автомобиль жолдары маңыздылығына байланысты халықаралық, республикалық, облыстық және аудандық маңыздағы болып бөлінеді:

- халықаралық маңызы бар автомобиль жолдарына, көршілес мемлекеттердің астаналарымен байланыстыратын, сонымен қатар мемлекетаралық келісімге сәйкес келетін халықаралық автомобиль жолдары торабы;

- республикалық маңызы бар автомобиль жолдарына, республиканың ірі әкімшілік, мәдени және экономикалық орталықтарының көлік қатынастарын қамтамасыз ететін жолдар және қорғаныс маңыздылығы бар жолдар;

- облыстық маңызы бар автомобиль жолдарына, республиканың облыс орталықтары мен аудан орталықтарын байланыстыратын жолдар;

- аудандық маңызы бар автомобиль жолдарына, аудан орталықтары мен елді-мекендерді байланыстыратын жолдар.

Ведомствалық жолдарға – шаруашылық субъектісінің территориясындағы жолдар, өндірістік, шаруашылық тасымалдауда қызмет ететін жолдар, ауылшаруашылық және жеке автомобиль жолдары жатады.

Автомобиль көлігі жұмысының маңызды көрсеткіштері – автомобильдердің максималды жүк көтерімділігі, қозғалыс жылдамдығы тасымалдың құны, жүргізушілердің еңбек өнімділігі (производительность труда) – жолдың категориясына, жабынды типіне және беріктігіне, жасанды құрылыстың жүк көтергіштігі және габариттік өлшемі, жолдың жай-күйі болып табылады.

Қазақстан жер көлемінің үлкен болғанымен автомобиль жолдарымен қамтамасыз етілуі 1000 шаршы шақырым жерге 32,2 шақырым, бұл көрсеткіш дамыған елдердің көрсеткішінен 7-20 есеге төмен. Республика халқының 1000 адамға жолдармен қамтамасыз етілуі жөнінен бұрынға КСРО елдері арасында соңғы орында тұр.

Қазақстандық автомобиль жолдарының басым бөлігі кеңес заманында жобаланып, салынған. Айталық, автомобиль жолдары мен теміржолдар жүйесі негізінен елдің оңтүстігі мен солтүстігін байланыстыруға бағытталған, бұл елдің басқа өңірлерімен көліктік коммуникациялардың нашар дамуына себеп болды.

Сонымен қатар, жалпы қолданыстағы ҚР автомобиль жолдарының техникалық деңгейі заманауи талаптарға сай емес. Барлық жолдардың 63% асфальт жабындысы бар жолдар, 31% қиыршық-шақпатасты жолдар, ал жабындысыз жолдардың ұзындығы 4580 шақырым немесе барлық жолдардың 4,7% құрайды.

Қазақстан Республикасының 3.03-09-2006 құрылыс нормалары мен ережелеріне сәйкес жалпы қолданыстағы жолдар бес категорияға бөлінеді (кесте).

Кесте 3 – Техникалық категориялар бойынша Қазақстан автомобиль жолдарының желісі [7]

Жолдардың жіктелуі	Жалпы ұзындығы, шақырым	Соның ішінде категория бойынша					
		I	II	III	IV	V	Жабындысыз
Республикалық	23500	1529	4756	16335	653	120	107
Жергілікті	74373	67	3579	22754	40078	3422	4473
Барлығы	97873	1596	8335	39089	40731	3542	4580

Кестеден көріп отырғанымыздай, ҚР автомобиль жолдарының басым бөлігі 3-4 категорияға сәйкес келеді, бұл жолдар ені 7-8 метрді құрайтын екі жолақты жолдар.

1-2 категориялы жолдарға облыс орталықтары мен ірі елді-мекендерге баратын жолдар жатады.

ҚР Инвестиция және даму министрлігі транспорт комитетінің ресми мәліметі бойынша жалпы пайдаланудағы жолдардың 24% ғана жақсы техникалық пайдалану жағдайында, 45% жолдар қанағаттанарлық, ал 31% жолдар қанағаттанарлықсыз деңгейде. Қазіргі таңда жолдардың жалпы тозуы 30%, тозу алдында тұрған және орта, қайта жөндеу жұмыстарын қажет ететін жолдар 60% құрайды. Ол біріншіден жолдардың пайдалану уақытының жоғарылығын көрсетеді, екіншіден өткен жүзжылдықтағы нормативтік талаптар бойынша оське түсетін жүк-салмақ 6 тонна болса, қазір рұқсат

етілген норма 10 тоннаға дейін өсті, яғни өткен ғасырдағы салынған жолдардың қазіргі автомобиль жүктерінің салмақтарына сай еместігін көрсетеді. Бұл көрсеткіштер экономиканың дамуына, елдің халықаралық рейтингіне теріс әсер етеді [7].

Кесте 4 – Жолдардың техникалық жағдайы

Көрсеткіштер	Барлығы	Оның ішінде жабынды түрі бойынша			
		асфальт	Қара қиыршықты	Қиыршықты	топырақ
Жалпы пайдаланудағы жолдар (шақырым)	97873	13749	47747	30919	4580
Үлесі (%)	100	14	49	31	6
Республикалық маңызы бар жолдар (шақырым)	23500	6105	15326	1759	107
Үлесі (%)	100	26	65	7	1

Автожол саласының басты мәселесі жол жабындысының тозуының үдемелелігі болып отыр. Себебі Қазақстан жолдарының басым бөлімі (86%) ХХ ғасырдың 60-80 жылдары жобаланған және салынған.

«Жолшылар одағы» сарапшыларының 2013 жылы Қазақстан жолдарын тексеру кезінде жолдардың айтарлықтай бөлігінің қойылған талаптарға сай емес екендігін анықтады. Жолдардың 9 мың шақырымнан астамы немесе 43 пайызының жабындылары бұзылған болса, 2,5 шақырым жолда қауіпті ақау бар. Сонымен қатар, республикалық маңыздағы жолдардың 6 мың шақырымнан астамы бұзылу кезеңінде тұр және күрделі жөндеуді қажет етеді.

«Жолаушылар одағының» ақпараты бойынша жолдарды күтіп ұстауға және ағымдық жөндеуге 2013 жылы республика бюджетінен 41874 млн. теңге бөліну қажет болған. Алайда 7787 млн. теңге ғана бөлінді, ол нормативтің 17% ғана. Сонымен қатар, 2013 жылы халықаралық және республикалық маңызы бар жолдарды күтіп ұстау мен ағымдағы жөндеуіне 9 млрд. теңге бөлінді. Бөлінген қаржы 1 112 шақырым жолды жөндеуге ғана жетеді, бұл көрсеткіш нормативтен төрт есе кем. 58 шақырым жолға күрделі жөндеуге 9,7 млрд. теңге бөлінді. Ол нормативтің тек он пайызы ғана [8].

Жолдардың техникалық деңгейінің төмен болуы, автомобиль қызметі құнын 2,5-3,4 есе артуға, жанар-жағармай тұтынуын 1,5 есе артуға, автомобильдердің қызмет ету мерзімін 30% төмендеуіне алып келеді. Соған байланысты автомобиль көлігінің өнімділігі екі есеге дейін төмендеп, тасымалдау құнын 20-25% артуға алып келеді.

Қазақстан Республикасында жолдарды қалпына келтіру мен жөндеу жұмыстары қатты қарқынмен болмаса да атқарылып келеді.

2001 – 2015 жылдар аралығындағы кезеңде автожолдардың тозуын төмендету үшін жалпы пайдаланымдағы 45,9 мың км автожол жөнделді, оның ішінде 15,5 мың км толық қалпына келтірілді, бұл жалпы пайдаланымдағы автожолдар жай-күйінің 31 %-ға жақсаруына алып келді. Сондай-ақ осы кезеңде жергілікті желінің төрттен бірінен астамында жөндеу-қалпына келтіру жұмыстары жүргізілді [9].

Астананың өңірлермен қатынасын жақсарту үшін республикалық трассалар салу бойынша жұмыстар жүргізіліп жатыр. Айталық, «Орталық-Оңтүстік» бағыты бойынша 273 км автожолда жұмыстар жүргізіліп жатыр, «Орталық-Шығыс» жобасы бойынша 570 км жол реконструкциялаумен қамтылған, батыс бағытында Ақтау – Бейнеу жолында жұмыстар жүргізіліп жатыр.

Автожол саласының жобаларын халықаралық қаржы ұйымдарының қарыздарын тарта отырып іске асыру жаңа технологиялар мен материалдарды (цемент-бетон, монолитті көпір салу, қиыршық тас-мастика асфальт-бетоны, ресайклинг және т.б.) енгізуге мүмкіндік берді, бұлар асфальт-бетон жолдардың қолданылу циклін 20 жылға дейін, ал цемент-бетон жолдардікін 25 жылға едәуір ұлғайтады.

«Нұрлы жол» инфрақұрылымдарды дамыту бағдарламасы шеңберінде басым автожол жобаларын іске асыру Қазақстан Республикасының автомобиль жолдарының тұтас және тиімді инфрақұрылымын қалыптастыруға, қолданыстағы Көлік жүйесінің инфрақұрылымын дамытудың және ықпалдастырудың 2020 жылға дейінгі мемлекеттік бағдарламасының іс-шараларын толықтыруға, ел макроөңірлерінің толық ықпалдасуын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді [3].

Әдебиеттер тізімі:

1. Н.Ә.Назарбаев, «Қазақстан-2050" Стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» Жолдауы, Астана, 2012
2. Н.Ә.Назарбаев, «Нұрлы жол – болашаққа бастар жол» Жолдауы, Астана, 2014
3. www.adilet.zan.kz

4. 2015-2019 жылдарға арналған инфрақұрылымдық дамытудың «Нұрлы жол» мемлекеттік бағдарламасы
5. www.stat.gov.kz Қазақстан Республикасы Ұлттық Экономика Министрлігі Статистика комитетінің ресми сайты
6. М. Бекмағамбетов, Қазақстанның автомобиль келігі: қалыптасу және даму кезеңдері\ Алматы, 2005
7. М. Бекмағамбетов, Транспортная система Республики Казахстан\ Алматы, 2016
8. С.К. Наурызбеков, Финансирование автомобильных дорог в Республике Казахстан\ Тараз, 2015
9. www.kapital.kz/economic/19798/v-kazahstane-ne-hvataet-deneg-na-remont-dorog.html
10. www.kazautozhol.kz/index.php/kz/zholdar/kayta-zhanartu

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Асанова А. Д. преподаватель, Пашаева Ж. А.
Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В настоящее время инновационные процессы в Казахстане характеризуются низкой степенью активности. В Казахстане в последние годы объем финансирования науки составляет около 0,2 % [1]. Низкая инновационная активность отмечается не только в сырьевых отраслях, но и в обрабатывающей промышленности. Недостаточными являются масштабы и темпы распространения инноваций. Как правило, они внедряются на одном-двух предприятиях. Одновременно расширяются объемы заимствования зарубежных технологий, что провоцирует Казахстан на «догоняющий» путь развития по многим научным направлениям и секторам экономики, тогда как в промышленности США, Германии, Японии, Франции он достигает 70-82%, что обеспечивает этим странам прочные конкурентные позиции на мировом рынке. Низкий уровень инновационной активности в промышленности является основной причиной существенного сокращения доли высокотехнологичного экспорта в общем объеме экспорта промышленной продукции. Поэтому одной из важнейших задач государства является повышение инновационной активности промышленных предприятий [2].

Все большее количество предприятий в Казахстане осознают огромную роль инноваций в успешной организации своей деятельности, завоевания новых рынков, усилении конкурентных преимуществ. Предприятия стараются в силу своих возможностей обновлять основные фонды, внедряя новые технологии в производство, выпускать новые виды продукции, обновлять перечень предоставляемых услуг, повышая их качество.

Государственные органы управления Казахстана также осознают важность инновационной деятельности как фактора ускорения экономического роста. Эта проблема находится в сфере внимания, как органов законодательной власти, так и исполнительной власти, которая разрабатывает стратегии инновационного развития всей страны и отдельных ее регионов. Проблемы инновационного развития отдельных предприятий и экономики в целом актуальны и для стран с развитой экономической системой. Это подтверждается огромным количеством научных трудов, посвященных указанным проблемам, а также наличие в этих странах специализированных научно-практических журналов.

Понятие инновационного потенциала, обеспечивающего рост системы за счет нововведений, в экономическую модель впервые было введено ученым К. Фрименом. Нововведение по Фримену представляет собой систему мероприятий по разработке, освоению, эксплуатации и исчерпанию производственно-экономического и социально-организационного потенциала, лежащего в основе новшеств [3].

Практический аспект понятия "потенциал" нашел свое отражение в работах П. Дракера, где он исследует источники развития современной промышленности. В частности, Дракер отмечал, что инновации начинаются с анализа имеющегося потенциала с целью его эффективного использования [4].

Энциклопедия Britannica, посвящая понятию "потенциал общества" целую статью, подчеркивает, что потенциал состоит из человеческих знаний и представлений, направленных на получение заданного результата. Таким образом, потенциал связывается в этом определении с человеческими ресурсами, а именно - с их интеллектуальной силой, с людьми творческого типа [5].

В 70-х годах XX века в ведущих промышленно развитых странах были приняты законы, которые стимулировали как государственную деятельность, так и деятельность предпринимателей, направленную на развитие профессионального и интеллектуального потенциала рабочей силы. Так, в Японии была внедрена система "постоянных маленьких улучшений", названная Кайзен. Она направлена на систематическое развитие потенциала предприятий с целью достижения более высоких стандартов жизнедеятельности фирмы и личности. В США широкое звучание приобрела

система сбалансированных показателей, позволяющая находить потенциальные возможности развития фирмы и использовать их для инновационного прорыва [6].

В Казахстане же пока отсутствует предпринимательский подход к инновациям. По сути, на практике установлен приоритет имитационных схем освоения тех или иных новшеств, что приводит к реализации сценария "догоняющего развития" Казахстана. Инновационный потенциал при этом понимается лишь как способность предприятий к восприятию чужих новых идей и имитации новых технологий, разработанных в экономически более развитых странах.

В целом под инновационным потенциалом предприятия следует понимать все его ресурсы, которые можно использовать для инновационных процессов: материальные, финансовые, кадровые, информационные, организационные и технические. Что же касается персонала, то его инновационный потенциал связан со способностью работников вырабатывать и эффективно реализовывать как свои, так и сторонние новые идеи и проекты.

В данной статье под стратегическо-инновационной деятельностью понимается деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для создания принципиально новой продукции, создания и применения новых технологий их производства с последующим внедрением и реализацией на рынке.

Кроме того, под инновационным потенциалом предприятия понимается способность предприятия достигать поставленных инновационных целей при имеющихся в наличии интеллектуальных, материально-технических, кадровых и финансовых ресурсах, обслуживаемых соответствующей инфраструктурой.

Предприятие, которое обладает значительным инновационным потенциалом и (или) осознано стремится его формировать и развивать, можно назвать инновационным (инновационно восприимчивым). Инновационность предприятия является важным конкурентным преимуществом, ибо позволяет своевременно защитить бизнес от назревающих угроз со стороны внешней среды через систему опережающего и непрерывного поиска новых возможностей выживания и развития. При этом усиливаются адаптивные способности предприятия, расширяется горизонт принятия управленческих решений, возрастают разнообразие и вариативность продуктов и технологий. Как правило, рынок всегда меняет отношение к предприятию на более позитивное, если оно становится более интересным, разнообразным и креативным (инновационным).

В инновационном предприятии поощряются поисковые работы и выработка рационализаторских предложений, творчество и вдохновение, азарт и воображение, новые мысли и идеи. Здесь каждый сотрудник постоянно думает о совершенствовании своей работы (отсюда - высокая степень вовлеченности персонала), обсуждает с коллегами качество бизнес-процессов и продукции (работа в команде), стремится к получению новых знаний, развивает свои творческие способности, любопытство, равнодушие, инициирует новые идеи и проекты. И, наоборот, в предприятиях с низким инновационным потенциалом преобладают рутинные однообразные операции, а для работников характерными чертами становятся равнодушие, раздражительность, конфликтность, синдром хронической усталости. Таким образом, инновационный потенциал предприятия можно рассматривать как меру его готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленных инновационных целей.

В современных условиях экономического хозяйствования осуществление стратегическо-инновационной деятельности является одним из решающих факторов повышения конкурентоспособности, укрепления экономической самостоятельности и рыночных позиций промышленных предприятий.

В связи с ужесточением конкурентной борьбы на внутренних и внешних рынках высокотехнологичных товаров, усложнением изделий и соответствующим ростом затрат времени и средств на их разработку, а также повышенной рискованностью инновационной деятельности особое значение приобретает повышение эффективности управления стратегическо-инновационной деятельностью предприятий.

В современных условиях осуществление стратегическо-инновационной деятельности для промышленных предприятий является одним из ключевых факторов роста объемов производства, улучшения качества продукции, повышения конкурентоспособности производимых товаров, сокращения издержек производства путем экономии исходного сырья, энергии на основе использования новых технологий.

Для обеспечения системного подхода к управлению стратегическо-инновационной деятельностью промышленного предприятия необходимо обеспечить взаимосвязь и взаимозависимость процессов управления на трех уровнях: стратегическом, тактическом и оперативном.

На стратегическом уровне управления осуществляется формирование инновационной стратегии. Исходным моментом при разработке инновационной стратегии может служить анализ состояния

внешней среды. Он направлен на выявление возможностей и угроз в макро- и микроэкономическом окружении.

Анализ состояния внешней среды должен осуществляться параллельно с каждым последующим этапом, поскольку оценку внешнего окружения необходимо осуществлять постоянно, что позволит увеличить степень контроля над изменениями во внешнем окружении.

После анализа состояния внешней среды предприятие определяет инновационные цели. Затем производится работа по оценке инновационного потенциала предприятия, при необходимости разрабатываются и осуществляются мероприятия по развитию инновационного потенциала.

На основе комплексного анализа внешней среды и оценки уровня инновационного потенциала разрабатывается инновационная стратегия предприятия.

На тактическом уровне управления осуществляется формирование и планирование портфеля инновационных проектов для достижения инновационных целей предприятия.

Оперативный уровень управления включает контроль за реализацией выбранной инновационной стратегии. Проверяется, соответствует ли выбранная стратегия инновационным целям предприятия. Разрабатывается инновационный бюджет предприятия. Определяется соответствие имеющейся организационной структуры принятым к реализации инновационным проектам. Затем оценивается эффективность стратегии инновационного развития предприятия и осуществляется корректировка стратегии с учетом изменений внешней среды и инновационного потенциала предприятия.

Таким образом, стержнем стратегической организации инновационной деятельности предприятия должна стать стратегия инновационной деятельности, которая разрабатывается в рамках корпоративной (комплексной) стратегии развития предприятия и обуславливает формирование стратегического набора предприятия: товарной, маркетинговой, конкурентной, ресурсной, финансовой, производственной и прочих стратегий, являясь их движущей силой, т. е. предопределяет содержание, состав, агрессивность стратегий.

Применение концепции стратегической организации инновационной деятельности позволит предприятию повысить качество принимаемых управленческих решений и обеспечит повышение эффективности инновационной деятельности в целом и каждой инновации в частности за счет сокращения затрат времени на разработку и внедрение новшества, а следовательно, и минимизации затрат материальных и финансовых ресурсов.

Список литературы:

1. Сайт Агентства Республики Казахстан по статистике // stat.kz. - С. 1.
2. Соменкова, Н.С. Инновационная деятельность промышленных предприятий // Развитие инновационного потенциала отечественных предприятий и формирование направлений его стратегического развития. Сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. - Пенза: РИО ПГСХА, 2007. - С. 102-110.
3. Длинные волны: научно-технический прогресс и социально-экономическое развитие / С.Ю Глазьев, Г.И. Микерин, П. Н. Тесля и др. - Новосибирск: Наука, Сибирское отделение, 1991. - С. 137.
4. Drucker P. F. Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. L.: PanBooks, 1986.- С. 55.
5. Сайт Энциклопедия Britannica //eb.com. - С. 1-2.
6. Курицын А. Н. Секреты эффективной работы: опыт США и Японии. - М., 1994.

ТЕОРЕТИКО-МНОЖЕСТВЕННОЕ ОПИСАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СНАБЖЕНЧЕСКОЙ ЛОГИСТИКИ ПРИ ПОСТАВКЕ РЕСУРСОВ

Ахметкалиева С.К. – к.т.н., доцент

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Логистика снабжения, являясь первой логистической подсистемой, представляет собой процесс движения сырья, материалов, комплектующих и запасных частей с рынка закупок до складов предприятия.

Основу экономической эффективности логистики снабжения составляют поиск и закупка необходимых материалов отвечающего требованиям качества по минимальным ценам. В изучении рынка, которое проводится соответствующими отделами фирм, вопрос цен - главный, но существенную роль также играет анализ других факторов, в т. ч. возможных логистических расходов и сроков поставок [1].

Изучив рынок и остановившись на каких-либо конкретных поставщиках, отдел снабжения обязан определить потребности предприятия или фирмы в конкретных поставках. Определение потребностей основывается на стратегии управления запасами. Прежде всего, определение потребностей означает выявление продуктов и услуг по их качеству, количеству в основном двумя

методами: путем определения потребностей на основе заказов и планомерного определения потребностей на основе расходов.

В процессе планирования закупок необходимо определить:

- какие ресурсы требуются;
- количество ресурсов, которые понадобятся для снабжения строительства;
- время, когда они понадобятся;
- возможности поставщиков, у которых могут быть куплены необходимые ресурсы;
- требуемые площади складских помещений;
- издержки на закупки.

Задача определения объема закупок представляет собой одну из важнейших проблем логистики, т. к. именно от первоначально определенного объема закупаемых материальных ресурсов зависят способы организации их доставки, условия и методы закупок [2].

Для эффективного функционирования логистики снабжения необходимо знать, какие именно материалы необходимы для строительства объектов, составить план закупок, обеспечивающий согласованность действий всех отделов и должностных лиц предприятия по решению следующих задач снабжения:

- анализ и определение потребности, расчет количества заказываемых материалов;
- определение метода закупок;
- согласованность цены и заключение договора;
- установление наблюдения за количеством, качеством и сроками поставок;
- организация размещения товаров на складе.

Рассмотрим описание модели механизмов функционирования логистики снабжения. Состояние процессов поставок описывается в зависимости от состояний каждого поставщика и склада сырья, как показано на рисунке 1.

Целевые функции представляются в виде $f_C(\lambda, x, y)$ и $f_{O_i}(\lambda, x_{O_i}, y_{O_i})$ соответственно для склада сырья и поставщиков.

При функционировании закупочной логистической системы, как и любой организационной системы, на этапе формирования информации склад и каждый поставщик сообщают координатору логистической системы оценки своих векторов состояний $(y_C, \{y_{O_i}\})$. Возможны варианты, когда сообщаются оценки множеств состояний $Y = Y_C \cap Y_{O_i}$.

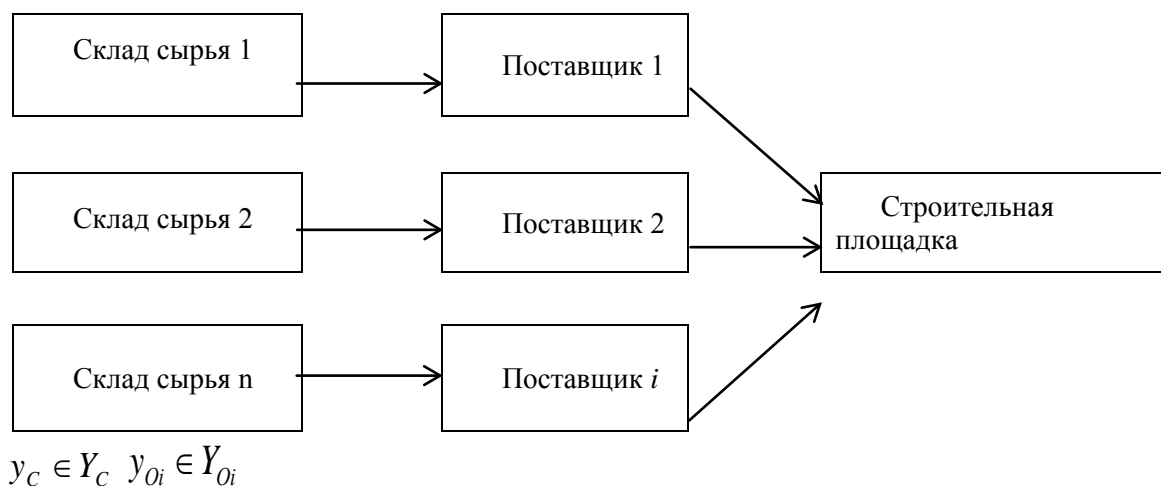


Рисунок 1 - Схема взаимодействия элементов логистики снабжения

На первом этапе функционирования системы происходит сбор данных о моделях, состояниях, возможностях и других характеристиках звеньев закупочной ЛС: от склада сырья производственного предприятия – вид товара, его количество, качество, срок, наличие свободного места на складе и условия поставки; от поставщика – наличие товара, его количество, качество, цена, место и условия поставки.

Процедура принятия решений формирует управление и план процесса поставки для каждого поставщика на основе собранных и полученных из предыдущего этапа данных. Координатор ЛС

определяет механизм управления, состоящий из плана $x \in X$, где $x = \{x_i\}$ и управления $\lambda \in L$, где X – множество всех допустимых планов, из которого выбирается план закупочной ЛС, L – множество возможных параметров управления для поставщиков.

На последнем этапе функционирования системы происходит реализация планов и стимулирование склада сырья и поставщиков по результатам выполнения планов. Результаты реализации и стимулирования зависят от вида целевых функций стимулирования. Целевые функции зависят от состояния, плана и управления, т.е. $f_C(\lambda, x, y)$ и $f_{O_i}(\lambda, x_{O_i}, y_{O_i})$. Примем в качестве функции стимулирования функции штрафа $Q(x, y)$ и $q_i(x_{O_i}, y_{O_i})$, соответственно для склада и i -го поставщика, где

$$Q(x, y) = \begin{cases} = 0, & x = y \\ \geq 0, & x \neq y \end{cases}$$

$$q_i(x_{O_i}, y_{O_i}) = \begin{cases} = 0, & x_{O_i} = y_{O_i} \\ \geq 0, & x_{O_i} \neq y_{O_i} \end{cases}$$

Для описанного процесса поставки с учетом функции штрафа имеет место следующая задача:

$$f_C(\lambda, x, y) = H(\lambda, x) - Q(x, y) \rightarrow \max$$

при условиях:

$$\lambda \in L, x \in X, y \in Y,$$

где $H(\lambda, x)$ – доход склада.

А для i -го поставщика-отправителя имеет место задача:

$$f_{O_i}(\lambda, x_{O_i}, y_{O_i}) = h_i(\lambda, x_{O_i}) - q_i(x_{O_i}, y_{O_i}) \rightarrow \max$$

при условиях:

$$\lambda \in L, x_{O_i} \in X_i, y_{O_i} \in Y_{O_i} \text{ для } i \in I_O,$$

где $h_i(\lambda, x_{O_i})$ – доход i -го поставщика.

Обозначим через y_{O_i} – состояние i -го поставщика-отправителя, которое определяется из множества его состояний Y_{O_i} , тогда это условие можно записать как

$$y_{O_i} \in Y_{O_i}, i \in I_O,$$

где I_O – множество поставщиков-отправителей грузов. Состояние всех поставщиков описывается в виде $y_O = \{y_{O_i}\}$, где $i \in I_O$, и определяется из множества их состояний Y_O , т.е.,

$$y_O = \{y_{O_i}\} \in Y_O$$

$$Y_O = \prod_i Y_{O_i}, \quad i \in I_O.$$

Таким же образом, обозначим через y_C состояние склада сырья, которое определяется из множества его состояний Y_C , $y_C \in Y_C$.

Тогда состояние процесса поставки Y определяется из множества возможных состояний поставок Y , т.е. $y \in Y$, где

$$y = (y_C, y_O),$$

$$Y = Y_C \cap Y_O.$$

Общее состояние закупочной логистической системы [3] можно описать как

$$y^{\Pi} = (y_C, y_O) \in Y^{\Pi} = Y_C \times Y_O.$$

Рассмотрим описание задачи, цель которой является определение затрат на закуп и поставку ресурсов на строительную площадку. При рассмотрении задачи определения затрат на поставку приняты следующие обозначения:

- i - разновидности ресурсов ($i = 1 \div n$, где n – их общее количество разновидностей ресурсов);
- x_i - необходимый объем i -го вида ресурса;
- c_i - стоимость i -го ресурса;
- γ_i - расход на поставку i -го вида ресурса;
- s_i - наличный запас i -го ресурса;
- Q_i - потребность в ресурсе i -го вида, который определяется потребностью строительства.

Целевая функция задачи обеспечивает минимальные затраты на закупку и поставку определенного количества ресурсов, необходимых для строительства:

$$F = \sum_{i=1}^n x_i \cdot c_i + \gamma_i \rightarrow \min \quad (1)$$

при условиях:

$$\sum_{j=1}^m r_{ij} \cdot Q_j - x_i \leq s_i, \quad i = 1 \div n \quad (2)$$

$$x_i \geq 0, \quad i = 1 \div n$$

При поставке ресурсов возможны потери сырья, которые учитываются вводом коэффициента потерь i - го вида сырья ($k_i \geq 1$). Тогда формула расчета объема поставок i -го вида ресурса преобразуется в следующий вид:

$$\sum_{j=1}^m r_{ij} \cdot Q_j \cdot k_i - s_i = x_i, \quad i = 1 \div n$$

Таким образом, предложенная модель направлена на минимизацию затрат на закупку и поставку сырья/материалов со складов до необходимого места. Возможна и модификация предложенной модели, путем включения штрафов за срыв поставки.

Список литературы:

1. Плоткин Б.К., Делюкин Л.А. Экономико-математические методы и модели в логистике: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013. – 96 с.
2. Алесинская Т. В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления / Т. В. Алесинская. – Таганрог: ТРТУ, 2012. 121 с.
3. Кулжабай Н. М., Ботаева С. Б., Исмаилова Р. Т. Теория организационного управления логистическими системами: Учеб. пособие. – Алматы: КазНТУ им. К. И. Сатпаева, 2013.

КӘСІПОРЫННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТІН ҰЙЫМДАСТЫРУ

Әбдіқұл М.К. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Кәсіпорындармен жалпы Республиканың инновациялық қызметін дамытуға келсек, мемлекеттің 2003 -2015 жылдарға арналған индустриялық инновациялық бағдарламасын айтып кетпеуге болмайды. Бағдарлама мынадай міндеттерді шешуге бағытталған: экономиканың жоғары технологиялық шикізаттық емес секторларын қалыптастыру; инновациялық қызметті мемлекеттік ресурстық қолдау; өнеркәсіпті технологиялық жаңғыртуды жүргізу және экспортқа бағытталған

ғылымды қажетсінетін өндірістерді құру; ғылыми – инновациялық инфрақұрылымды қалыптастыру; шығын кәсіпкерлік субъектілерін инновациялық қызметке тарту; салалық және аймақтық инновациялық бағдарламаларды қалыптастыру және іске асыру; инновациялық қызметті дамыту үшін қолайлы жағдайды қамтамасыз ететін нормативтік құқықтық базаны қалаптастыру; неғұрлым перспективалы ғылыми бағыттарды сақтау және дамыту; - инновациялық кәсіпорындар үшін мамандарды даярлау; халықарлық ғылыми-техникалық ынтымақтастықты дамыту. Осы жоғарыда аталған міндеттерді жүзеге асыру арқылы ғана мемлекетіміздің, кәсіпорындарымыздың инновациялық қызметін дамытуға болады. Инновациялық менеджмент дегеніміз - инновацияларды, инновациялық процесстерді және инновациялық қызмет негізінде пайда болатын қатынастарды реттеуші, басқарушы және ұйымдастырушы жүйе. Ұйымда инновациялық менеджмент, әдетте, мынадай қызметтерді атқару арқылы жүзеге асырылады:

- Инновациялық қызметтің негізгі мақсатын айқындау.
- Инновациялық менеджмент стратегиясын таңдау.
- Инновациялық жобаларды басқару әдістерін таңдау.
- Компанияның инновациялық қызметінің бағдарламасын жасау.
- Инновациялық процесске қатысты шараларды реттеу, ұйымдастыру.
- Инновациялық жобаның жүзеге асырылуын қадағалау.

Инновациялық жүйе деп - әдетте, инновациялық қызметпен қатар жүретін элементтерді, сонымен қатар, компанияның реттеуші құжаттарын бекітетін өзара ішкі қарым-қатынасты түсінеміз. Әрбір қызметкер құжаттардан еркін түрде ақпарат алып отыру үшін оларды ақпараттық қорға біріктіру қажет (мәселен, ішкі корпоративтік желінің сайты құру), сонымен қатар, құжаттарды қабылдау жөніндегі сұрақтарға жауап беріп отыратын кеңесші-заңгер немесе менеджер тағайындау қажет [1]. Инновациялық жүйедегі компания мына қызметтерді атқаруы қажет: Нарықта зерттеудің басым бағытын таңдау және болжамдау; кәсіпорын қызметінің стратегиялық жоспарын құру; инновациялық пікірлерді, жаңалықтарды іздеу, бағалау, іріктеу; инновациялық жобаларды енгізу; енгізілген инновациялық жобаларды, олардың түзетулерін көрсетіп, бақылау.

Жүйе тиімді қызмет жасауы үшін НИИ, жоғары оқу орындарының, технологияны дамыту және трансферлік технологиялар бойынша ізденетін орталықтарымен, қайта өңдеуге тапсырыс қабылдайтын маманданған қызметкерлер құрамын іздеп табу, жалдау және кәсіпорындармен тығыз қарым-қатынас жасау. Тиімді инновациялық жүйені құру үшін қаржылық және ақпараттық жақтан қамтамасыз етуді ескеру қажет. Мәселен компания деңгейіндегі мөлшер мен кірістен құралған заттың шығыны сәйкес келетін қор құрылуы мүмкін. Ұсынылған пікір мен нәтижелердің жалпы барлық қызметкерлерден қолдау тауып, жүзеге асырылуы, заманауи әдіс-тәсілдерді іздеп табу және ақпарат беру архиві арқылы инновациялық жүйенің айқындылығын қамту маңызды.

Инновациялық жүйенің қызметін келесі негізгі жүйешелерді іске қосу құрылымдарымен қамтамасыздандырады:

1. Қаржылық қамту. Кәсіпорынның мөлшерлік немесе бағдарлық қызметінде мемлекеттік субсидия, банктік несие, қаржыландыру немесе меншіктік инновациялық қорды пайдалану ресурсында жоғары немесе төмен құлдырау болуы мүмкін.

2. Ақпараттық қамту. Жергілікті желіні құруда, барлық жауапты орындаушыларды ақпаратпен қамтамасыз етеді, сондай-ақ, басқару үдерісін автоматтандырады және ақпараттық арналарды инновациялық инфрақұрылымдық элементтермен қарым-қатынасы үшін жасап шығарады.

3. Нормативтік-құқықтық қамту. Барлық нормативтік құжаттандырудың инновациялық жүйесінің бизнес-үдерісін түрлендіру мен регламенттеудің жиынтығын, сондай-ақ, жауапты орындаушының қызметтерін қамтиды, патент алуы және жасырын коммерциялық құпиямен қамтамасыз етеді.

4. Ұйымдастырушылық-құқықтық қамту. Инновациялық бөлімшелердің ұйымдастырушылық құрылымындағы шаралардың бизнес-үдерістің сәйкестігінің өзіндік құрылымымен таныстырады, сондай-ақ бөлімшелер арасындағы ақпараттық лекті регламенттейді.

5. Кадрлық қамту. Кәсіпорын және сыртқы ортадан қызметкерлер құрамын іздеу міндетіне, оны үйренуге және шығармашылық әлеуетінің жоғарылауы үшін көлденең ротацияға ие.

Кез келген компания инновациясының қайнар көздері - адамдар. Көбінесе, тіпті қатардағы қызметкердің бірі, өзіне оның қызметінде бір нәрсені болсын жақсы жағына қарай өзгерту туралы ой келеді.

Дегенмен, көптеген осы түрдегі ойлар пікір күйінше қалады, кейде жанжалдың шығуына себепші болады. Инновацияның пайда болуына жағдай жасау, ең алдымен, екі бағыттағы қызметкерлер құрамына қатысты болып келеді: біріншіден, тақырыптық әдебиеттерді зерттеген және басқа компанияларда тәжірибе жинақтаған құрылымдық міндетке лайықты қызметкерледі осы лауазымға бекіту. Екіншіден барлық қызметкерлерге моральдық және материалдық жақтан жағдай жасау. Материалдық жағдай тек белсенді инновациялық қызметі үшін сыйақы тағайындау түрінде құрылуы

тиіс, сондықтан сыйақыны жылдық қорытынды кезінде немесе кірістен түскен пайыздан төлеу жөнсіз. Ең тиімді жолы инновативтік қызметкер біліктілігіне үнемі конкурс өткізу және алған орнына қарай ынталандыру сыйлығын тағайындап отыру. Одан басқа да пирамидалық кесте негізіне сүйене отырып, ұйымның жетілуінде, компанияның дамуында көп пайда әкелген қызметкерлер жұмыс жасайтын бөлім бастығының да сыйақы алып отыруын ұйымдастыру қажет.

Аталған жағдайда инновациялық қызметке жеке тіркелу барысында тойтарыс туындауы мүмкін. Қазақстан Республикасының 2005-2015 жылдарға арналған ұлттық инновациялық жүйесінің дамуы және түрленуі бағдарламасы аясында мемлекет инновациялық кәсіпорындар жүйесін түрлендіру және олардың қызметтерін қарқындыруда бірнеше шаралар қолданылады. Инновациялық кәсіпкерліктің жақын болашақта дамуы инновациялық кәсіпкерлік аясында дайындық және алдын ала кадрларды дайындау, жоғары оқу орны және жоғары оқу орнынан кейінгі, осы орайда шет елде білім алу, сондай-ақ, қысқа мерзімдік курстар, семинарлар, дөңгелек үстелдер өткізу, қызмет үстіндегі менеджерлердің сапалық біліктілігін арттыру үшін мемлекет мұндай бағдарламаларды қаржыландырып отырады [2].

Инновациялық компанияның ілгерілеу жағдайлары:

-Өнімділік (нәтижелілік) – өндірістің жаңа түрінің пайда болуына байланысты өнім және оның қызметі, жаңа жасалған өндірісі, істеп шығарылған жаңа өнім өндірістің ескі түрінің алдыңғы сұранысын азайтып жойылып кетуіне әсерін тигізуі мүмкін.

-Нарықтық – ашылған жаңа ортаға өнімінің енгізілуі және оның нарық кеңістігінде кеңеюі.

-Үдерістік – жаңа технологияның қолданылуы, басқару құрылымы мен ұйымының өндірісін, өнімнің және қызметтің ресурстарын сақтау әдісі.

-Тұтынушылық – тұтынушының ағымдағы сұранысын қанағаттандыруға және болашақтағы жаңа құрылымына бағытталған.

Инновациялық қызмет – инновациялық ғылыми және жоғары көлемдегі өндірістің интеллектуалдық даму мақсатындағы тұтынушының сұранысын қанағаттандыратын бәсекеге қабілетті тауар және қызметтің жаңа өнімін алу тәжірибесінде пайдалады. Инновациялық қызмет жаңалықтың жылдам қарқынды жасалуы, олардың экономикадағы тірегі және кең құрылымдық жылжу мүмкіндігі, нарықтағы мөлшерінің ұлғаюы және қажеттілік пен талаптың күшеюімен түсіндіріледі [3].

Сонымен компанияның инновациялық қызметінде ғылыми, ғылыми-техникалық және интеллектуалдық жаңа немесе жақсы өнім алу мақсатында, оларды өндірудегі қажеттілікті, индивидуалдық сұранысты және жаңалыққа қоғамның сұранысын жаңа тәсілмен қанағаттандыру мақсатында құрылымдық қызметкерлер жасайтын жүйесі бар. Техникалық жаңартулардың нұсқаларын орынды таңдау нақты жағдайға, жаңалықтың ерекшелігіне, бағытқа сәйкестілігіне, ресурстық-ғылыми-техникалық кәсіпорын дамуына, нарық талабына, техника және технологияның ерекше қажеттілігі мен өмірлік циклмен байланысында. Компанияның инновациялық қызметі әр түрлі элементтердің инновациялық қызметі және деңгейінен, инновациялық қызметтегі топтардан және әрбір жұмысшыдан құралады. «жұмысшы» термині қазіргі уақытта шаруашылықты жүргізуші, ал, біз инновациялық қызметін жетілдіріп, инновациялық құрылымдық қызметін жүзеге асырған жеке тұлға деп түсінеміз. Инновациялық қызмет инновациялық жеке тұлғаға ғана емес, оның инновациялық қабілеті мен белсенділігіне де байланысты. Компанияда инновациялық тұлғалар көбірек жұмыс жасаған сайын оның құрылымдық қызметі соғұрлым өседі. Инновациялық белсенділік туралы былай деуге болады: қызметкердің кеңестегі, жиналыстағы, жұмыс кезіндегі белсенділігі; өнертапқыштық ұсыныстардың саны, инновациялық пікірлер, шығармашылық ынтасы т.б.

Әдебиеттер тізімі:

1. «Инновационный менеджмент» Барышева А.В. - М: 2009 г.
2. Қазақстан Республикасының «Индустриялық-инновациялық дамыту стратегиясы» 2005-2015 жылдар.
3. Мухамедьяров А.М. Инновационный менеджмент - М:Инфра-2006 г.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПО УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Байбульсинов С.Р. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Материальные запасы играют главенствующую роль в менеджменте производственно-хозяйственной деятельности любого предприятия. Поэтому, на сегодняшний день существует большое количество различных формулировок понятия «материальные запасы», так например, А. М

Гаджинский. в своей книге «Логистика» дает следующее определение: - «Материальные запасы - это материальная продукция, ожидающая вступления:

- В процесс производственного потребления;
- В процесс продажи;
- В процесс личного потребления» [1, с.317].

Г.Г. Левкин, в свою очередь, говорит о том, что: - «Материальный запас – это обязательный элемент любой экономической системы, призванный сглаживать неравномерность производства, обмена, распределения и потребления материальных благ» [9, с.123].

Аникин Б.А. утверждает, что «материальные запасы всегда считались фактором, обеспечивающим безопасность системы материально-технического снабжения, ее гибкое функционирование, и являлись своего рода страховкой» [2, с.205].

Исходя из данных определений, можно сделать небольшой вывод и понять, что материальные запасы – жизненно важный элемент для предприятия, который создается с целью обеспечения его безопасности, надежности, а также, обеспечивает гибкую и сглаженную работу всех систем предприятия.

Переходя к классификации материальных запасов, весьма очевидно, что на сегодняшний день она описана довольно широко и подробно, так как каждый из авторов выделяет свои особенности и признаки для её систематизации. Некоторые авторы классифицируют материальные запасы на четыре большие группы:

1) По месту нахождения выделяют: *производственные запасы* (обеспечивают бесперебойность производственных процессов предприятия) и *товарные запасы* (находятся на складах и каналах распределения, нужны для бесперебойного обеспечения готовой продукцией).

2) По исполняемым функциям: *текущие запасы* (необходимы для постоянного снабжения ресурсами производственного процесса и для реализации готовой продукции предприятиями-изготовителями) и *подготовительные запасы* (требуют дополнительного ухода и подготовки перед использованием в производственном процессе); *сезонные запасы* (появляются при сезонном характере производства, обеспечивают стабильную работу во время сезонного перерыва в производстве);

3) По времени запасы делятся на: *максимальные желательные запасы* (показывает тот уровень запаса, который эффективен в конкретном случае); *запасы порогового уровня* (определяет наиболее подходящий момент выдачи заказа);

4) В отдельную группу можно выделить неликвидные запасы - длительно неиспользуемые запасы, которые образуются в результате порчи товаров во время их хранения или устаревания [4].

А.М. Гаджинский пишет: “назначение и исполняемая функция – это два классификационных признака, которые носят наиболее общий и значимый характер, так как охватывают все звенья глобальной логистической цепи, начиная от первичного источника сырья, вплоть до конечного потребителя” [1 с.320].

Поэтому, основываясь на эти два фактора, автор классифицирует материальные запасы на две группы: производственные (все, что поступило на предприятие и ожидает вступления в производство) и товарные запасы (сбытовые запасы, запасы в пути и запасы в торговле) [1, с.322].

Рассмотрев несколько классификаций понятия «материальные запасы», можно прийти к выводу, что любая классификация довольно условна, однако, довольно широко описана в литературе разными авторами

Следующий аспект, который был рассмотрен - необходимость создания материальных запасов. Это одна из главных проблем современных предприятий, так как с одной стороны, создание запасов позволяет избежать многих экономических и производственных проблем. С другой, содержанию материальных запасов всегда сопутствуют экономические издержки, которые могут сильно ударить по экономике организации.

Под управлением запасами предприятия следует понимать контроль за их состоянием и принятие важных решений, которые направлены на то, чтобы сэкономить время и деньги путем минимизации затрат. Целью управления запасами является обеспечение бесперебойного производства продукции в установленные сроки и надлежащем качестве, при полной реализации и минимальных расходах на содержание материальных запасов. Поэтому, считается, что эффективное управление запасами на предприятии позволяет достичь определенных выгод, среди которых: *сведение к минимуму производственных потерь; уменьшение рисков, связанных с порчей ТМЦ; снижение затрат на хранение материальных запасов; уменьшение количество излишков.*

В первую очередь, стоит отметить, что существует большое множество причин для создания материальных запасов. Возможные *колебания спроса*, на мой взгляд, один из главных мотивов, сопутствующий созданию системы запасов на предприятии.

Как известно, спрос на товары постоянно подвержен колебаниям, которые, к сожалению, не всегда можно предугадать. Проще говоря, если не иметь определенного количества страхового запаса, то не исключена та ситуация, когда спрос не будет удовлетворён. То есть, предприятие-производитель рискует остаться без товара в магазинах и отпустить клиента с деньгами, без покупки. Как следствие – неудовлетворенный спрос и потеря имиджа компании [7].

Стоит учитывать и *сезонные колебания спроса* некоторых видов товаров, при относительно равномерном их потреблении. Как пишут многие авторы, в основном это касается продукции сельского хозяйства. В пример можно привести уборку картофеля, который в основном происходит осенью, однако потоки этой сельскохозяйственной культуры идут по товаропроводящим цепям целый год. Следовательно, необходимо где-то накапливать товар для последующего равномерного распределения в течение всего года [3].

Вероятность *нарушения установленного графика поставок*, по словам автора, одна из наиболее часто встречающихся причин в современной практике. В данной ситуации запас необходим для того, чтобы производственный процесс не останавливался, что особенно важно для предприятий, работающих без перерыва [4]. В пример можно привести предприятия, производящие хлебобулочные изделия. От таких предприятий, в первую очередь, требуется ежедневное производство определенного количества продукции.

Не стоит забывать и про *скидку за покупку крупной партии товаров*. Практика показала, что предоставление предприятием скидок своим клиентам, ведет к снижению себестоимости производимой продукции; в то же время, появляется необходимость срочного обслуживания покупателей, то есть, от предприятия требуется выдать товар намного быстрее, чем, например, закупить. В результате, предприятие, становится более конкурентоспособным и отказы клиентам, фактически, отсутствуют.

Вышеперечисленные причины делают материальные запасы важной составляющей любой производственной компании. Я полагаю, что просуществовать без определенного уровня запаса в условиях современного рынка фактически невозможно. Аникин Б.А также отметил данный факт и обобщил, сказав, что: «Существует множество причин для создания товарно-материальных запасов на фирмах, однако общим для них является стремление субъектов производственной деятельности к экономической безопасности» [2, с.206].

Несмотря на это, как уже было сказано ранее, создание запасов всегда сопряжено с появлением разного рода издержек. Так, согласно двум американским авторам-экономистам Д. Бауэрсоксу и Д. Клоссу: «...в типичной производственной компании затраты на содержание запасов составляют примерно 37% всех логистических издержек». [5, с.239]. А вот известный российский автор А.М. Гаджинский отмечает, что: «...единственной причиной, по которой предприятие вынуждено снижать количество запасов, являются затраты, связанные с их хранением, которые за год составляют примерно 25% от стоимости запасов» [1, с.325].

Поэтому, стоит выяснить, какие именно затраты возникают при создании материальных запасов на предприятиях.

В современной литературе по логистике, авторы, обычно, выделяют следующие виды затрат, связанные с содержанием, созданием и управлением запасами: *затраты на закупку запасов* (стоимость закупаемых предприятием материалов); *затраты на пополнение запасов* (возникают при планировании и контроле закупок); *затраты на содержание запасов* (заработная плата рабочих, аренда помещений) [6].

А.Г. Черкесов приводит в качестве примера таблицу, в которой представлены виды и структура затрат на содержание материальных запасов в промышленных отраслях США (таблица 1) [7, с.21]:

Таблица 1 – Структура затрат на хранение запасов в промышленности США

Группа затрат	Удельный вес в полном объеме, %	Ср. уд. вес в структуре общих логист. издержек, %	Диапазон изменения в структуре общих логист. издержек, %
Капитальные затраты	82,00	15,00	8-40
Складские затраты	3,25	2,00	0-4
Затраты на текущее обслуживание	0,75	1,05	0,5-2
Стоимость рисков	14,00	1,20	0,5-2
Суммарные затраты	100,00	19,25	9-50

Как видно из таблицы 1, наибольший удельный вес в общей структуре затрат принадлежит Капитальным затратам (82 %). Очень часто, производственные предприятия несут данные затраты при создании, усовершенствовании или расширении какого-либо средства, которое предназначено для пользования в компании.

В пример можно привести затраты на замену запчастей автотранспорта, затраты на постройку нового здания или целого завода, затраты на подготовку площади или помещения для принятия груза.

Продолжая анализ таблицы, очень важно отметить, что складские затраты в США на тот период составили всего 3.25 %, что весьма немного. Несмотря на это, многие авторы утверждают, что данный показатель напрямую зависит от специфики и сферы деятельности, в которой осуществляются затраты. Один из авторов утверждает, что типология складских затрат на хранение включает в себя следующие элементы:

- Расходы на складские помещения (переполненные перемещения мешают товародвижению, останавливая его);
- Издержки на обслуживание запасов (издержки на компьютерное и программное обеспечение);
- Инвентарные риски (залеживание товара приводит к потере его ценности) [8].

Для подведения промежуточных итогов и наглядности была составлена таблица, в которой вкратце указано о «плюсах» и «минусах» создания и содержания запасов на предприятии.

Таблица 2 – «Плюсы» и «минусы» создания и содержания запасов

Положительная роль запасов	Отрицательная роль запасов
Вероятность нарушения графика поставок	Затраты на закупку запасов
Возможность колебания спроса	Затраты на пополнение запасов
Скидка за покупку крупной партии товаров	Затраты на содержание запасов
Спекуляция	Издержки непокрытия (штрафные выплаты, упущенные возможности)
Возможность немедленного обслуживания покупателей	Затраты на содержание специальных помещений для хранения запасов
Уменьшение простоев производства	Инвентарные риски (недостача и моральный износ)
Примечание: составлено автором	

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод и отметить, что управление запасами является важным фактором на любом производственном предприятии, который способствует повышению эффективности его деятельности и положительно сказывается на его состоянии.

Следующий аспект, о котором пойдет речь – система управления материальными запасами. Стоит начать с того, что создание и выбор эффективной системы управления материальными запасами – задача нелегкая. Как уже было сказано ранее, формирование товарно-материальных запасов позволяет предприятию обеспечить некую устойчивость своего ассортимента, осуществлять ценовую политику, повышать уровень обслуживания клиентов, чувствовать себя более надежно и безопасно. Всё это требует поддержания, так называемого оптимального уровня запасов. Что же такое оптимальный уровень запасов? По словам Г.Г. Лёвкина: «Оптимальный уровень запасов означает такое положение, когда отсутствуют излишки запасов или их дефицит» [9, с. 126].

«Нормой запаса называется расчетное минимальное количество предметов труда, которое должно находиться у производственных или торговых предприятий для обеспечения бесперебойного снабжения производства продукции или реализации товаров» [10].

При управлении запасами, независимо от сложности самой системы, руководству нужно ответить на вопросы, сколько заказывать и когда заказывать. Для их решения существуют конкретные системы управления запасами, основными элементами которых являются две оси переменных: объем запаса и время [11, с.228].

Основываясь именно на эти факторы, авторы выделяют две основные модели управления запасами: система с фиксированным объемом или размером заказа (Q-модель) и система с фиксированной периодичностью заказа (P-модель) [9, с.128].

Суть модели управления запасами с *фиксированным размером заказа* заключается в том, что размер заказа строго зафиксирован и никогда не меняется при каких-либо изменениях условий движений данного запаса. Из-за того, что размер заказа представляет собой исходную информацию для расчета остальных параметров модели, необходимо зафиксировать оптимальный к оптимальному размеру данного заказа.

Методика управления запасами на основе данной модели заключается в том, что заказы на обновление запаса составляются в момент снижения уровня запаса до определенного заранее, предельного уровня запаса, который равен оптимальному размеру заказа [11, с.230].

Достижение минимального уровня запаса может возникнуть в любой момент и зависит от интенсивности спроса. В системе контроля за состоянием запасов с фиксированным размером заказа размер заказа на пополнение запаса является постоянной величиной. В то время как интервалы времени, через которые проводятся заказы разные.

Г.Г. Левкин приводит в пример очень интересное сравнение и говорит: «Для пояснения сущности этой модели можно привести аналогию с бутылкой растительного масла, используемую в домашнем хозяйстве. Каждый раз в магазине покупается одинаковый объем масла – 1 литр (фиксированный объем заказа). Как только уровень масла в бутылке достигнет определенного уровня (уровень, соответствующий около 100 мл), покупается очередная упаковка» [9, с.128].

На практике, данная модель используется в следующих случаях:

- 1) Большие потери в результате отсутствия запасов;
- 2) Высокие издержки по хранению запасов;
- 3) Высокая стоимость заказываемых товаров;

Использование данной модели предполагает постоянный контроль остатков материальных запасов, но в то же время, она требует, чтобы каждый раз, когда производится изъятие ресурсов из запаса, выполнялась проверка, которая бы показывала, достигнута точка очередного заказа или нет.

При использовании альтернативной системы, а именно системы с *фиксированной периодичностью заказа*, период, через который компания производит заказ, остается неизменным.

Г.Г. Левкин в очередной раз приводит пример и говорит следующее: «Каждый понедельник менеджер фирмы просматривает остатки товаров и дозаказывает их до заранее определенной максимальной нормы. Размер заказываемой партии товара определяется разностью предусмотренной нормой максимального товарного запаса и фактического запаса» [9, с. 129].

При использовании системы управления запасами с фиксированной периодичностью происходит поступление материала через равные, повторяющиеся промежутки времени. При каждой проверке запасов определяют наличный остаток, после чего оформляют заказ, размер которого зависит от интенсивности потребления материалов.

Заказываемое количество превышает экономичный заказ в случае, если фактический спрос выше ожидаемого. И наоборот, размер заказа будет меньше, если спрос на материал ниже ожидаемой средней величины.

Таким образом, при использовании периодической системы регулирования запасов интервал времени между заказами остается постоянным, а размер заказа меняется в зависимости от интенсивности потребления, т.е. является переменной величиной [12].

Естественно, применять эту систему можно тогда, когда есть возможность заказывать партии, различные по величине (например, в случае применения контейнерной доставки заказываемого товара эта система не применима).

Кроме того, систему не применяют, если доставка или размещение заказа обходится дорого.

Например, если спрос за прошедший период был не значителен, то заказ также будет незначителен, что допустимо лишь при условии не существенности расходов, связанных с выполнением заказа.

Система контроля с фиксированной периодичностью заказа чаще всего применяется в следующих случаях:

- Условия поставки позволяют получать заказы различными по размеру партиями;
- Расходы по размещению заказа и доставке относительно невелики;
- Потери от возможного дефицита очень малы.

Важно упомянуть, что данная система является особенной, потому как она допускает появление дефицита, то есть, если спрос резко усилится, то запасы кончатся еще до того момента, как наступит срок подачи нового заказа. А это, в свою очередь, означает, что система является наиболее актуальной, в случае, когда возможные потери для предприятия незначительны.

Сложность в выборе определенного подхода напрямую зависит от условий, в которых предприятие осуществляет свою деятельность и умения самого руководителя правильно принимать сложные логистические решения.

Помимо двух основных систем, Ю.М. Эльдштейн, выделяет систему «максимум – минимум», которая ориентирована на ту ситуацию, когда затраты на учет и хранение материальных запасов настолько малы, что становятся соразмерны потерям от недостатка или дефицита запасов. [12]

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что в данной системе заказы производятся не через заданный интервал, а только тогда, когда уровень запасов на складе оказался равным, либо

меньше минимального уровня. В том случае, если производится выдача заказа, его размер рассчитывается с учетом того, чтобы поставка пополнила запасы до максимального желательного уровня.

И в конце, хочется также отметить, что помимо теоретической работы, была проделана и практическая. Так, была рассмотрена и проанализирована система управления материальными запасами на ТОО «Carlsberg Kazakhstan». В первую очередь, был проведен небольшой опрос среди 100 человек разных отделов, по результатам которого было обнаружено, что 39 % респондентов считают эффективное управление материальными запасами ключевым фактором, который способствует успешной деятельности предприятия.

Во-вторых, стоит отметить, что запасы на данном предприятии распределяются при помощи системы с фиксированной периодичностью заказа, потому как данная система является наиболее приспособленной на сегодняшний день. Далее, был проведен анализ, и было выявлено, что в 2015 году деятельность компании по управлению материальными запасами ухудшилась по сравнению с 2014 годом, в виду чего, были обнаружены следующие проблемы и выявлены их причины:

- Уменьшение объема поставок материальных ресурсов в 2015г. по сравнению с 2014г. (55 654 500 за 2015 год и 60 849 200 за 2014 год) Причиной снижения уровня поставок стало падение уровня производства и невыполнение поставщиками условий составленных договоров. Поэтому, случались закономерные простои оборудования, которые ведут к увеличению себестоимости продукции и уменьшению прибыли компании;

- Снижение объема производства (5591.77 млн. тенге в 2014 году и 5142,0 млн. тенге в 2015 году);

- Увеличение количества материальных отходов, которые никак не используются в дальнейшем;

- Наличие сверхплановых остатков материалов на складе компании.

Исходя из имеющихся проблем, были составлены основные направления совершенствования управления запасами:

- Покупка нового паллетайзера, стоимостью 1 814 000 тенге, который призван увеличить эффективность управления материальными ресурсами

- Использование производственных отходов для изготовления товаров промышленного назначения;

- Внедрение новой системы по учету деятельности поставщиков;

Проведенные экономические расчеты показали, что предлагаемые мною мероприятия являются целесообразными, так как ожидается, что в будущем они смогут дать нужный экономический эффект и повысить эффективность системы по управлению материальными запасами на предприятии.

Список литературы:

1. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник – 20-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 484 с.
2. Аникин Б.А. Логистика: Учебное Пособие. – М.: Издательство «ИНФРА-М», 2009. - 327 с.
3. Холопов В. Необходимость создания материальных запасов с точки зрения логистики/ <http://www.skyhighhobbies.com>. – 2010. - 3 с
4. Чудаков А.Д. Причины создания материальных запасов и причины, вынуждающие к минимизации запасов/ <http://www.learnlogistic.ru>. – 2011. – 4 с.
5. Бауэрсокс Д. Дж, Клосс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок: Учебное Пособие – 2-е издание – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2010. – 640 с.
6. Прыгин А. Логистика запасов/ <http://www.studopedia.org>. – 2014. - 5 с
7. Черкесов А.Г. Экономическая теория. Математические модели: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2013. 52 с.
8. Верморель Э. Складские затраты (затраты на хранение и доставку товаров). Определение и формула /<https://www.lokad.com/ru>. –2013. – 15 с.
9. Левкин Г.Г. Логистика: теория и практика: Учебник. – Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 2010. – 221 с.
10. Винников В. В., Быкова Е. Д., Винников С. В. Логистика на водном транспорте: Учебное пособие для студентов и курсантов высших учебных заведений водного транспорта. – Одесса: Издательство «Фешкс», 2014. - 222 с.
11. Стерлигова А.Н. Управление запасами в цепях поставок: Учебник. – издательство «ИНФРА-М», 2010. – 430 с.
12. Эльдштейн Ю.М. Системы регулирования запасов/ <http://www.kgau.ru>. – 2012. – 4 с.

ВОПРОСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Баймуханбетова Э. Е. – к.э.н.

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В условиях осуществления неэффективного руководства происходящими структурными, социальными и экономическими процессами в 90-е гг. 20-го века проводимые реформы привели к тому, что произошла деградация во многих сферах общественной жизни, в том числе в системе образования. Недостаточно четко обозначенные на государственном уровне стратегические цели, целевые установки и задачи привели к несовершенным методам управления системой образования, в том числе в сфере высшего образования, недоучету ее особенностей и перспектив ее развития, что привело к массовому оттоку интеллектуального потенциала из страны.

Согласно Стратегическому плану развития Республики Казахстан до 2020 года качество высшего образования в Казахстане должно соответствовать лучшим мировым практикам в области образования по итогам реформирующего развития. В связи с этим в стране проводятся масштабные реформы в системе высшего образования, которые, прежде всего, направлены на улучшение качества предоставляемых образовательных услуг высшими учебными заведениями.

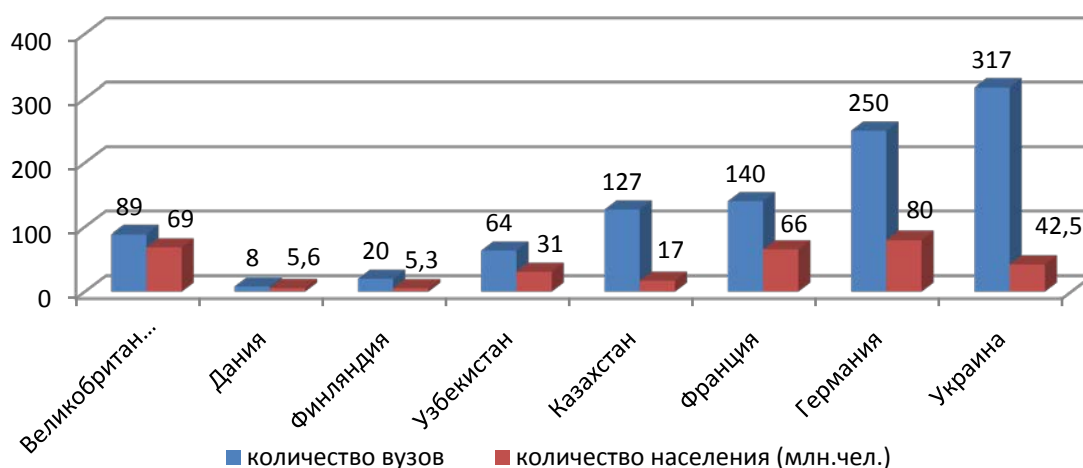
Одним из направлений деятельности Министерства образования и науки Республики Казахстана является оптимизация системы высших учебных заведений, которая привела к значительному сокращению количества высших учебных заведений в стране (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика количества вузов в Республике Казахстан за период с 2003 по 2015гг.

Годы	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Количество вузов	180	181	181	176	167	143	148	149	146	139	128	126	127

Примечание: Отчет деятельности Комитета по контролю в сфере образования и наук за 2015 год

Как видно из таблицы, в целом, с 2003 по 2016 годы количество высших учебных заведений в Казахстане уменьшилось с 180 до 127 вузов. Однако, несмотря на это, на сегодняшний день Казахстан является одним из мировых лидеров по показателю числа вузов на душу населения (рисунок 1).



Примечание: Национальный доклад о состоянии и развитие системы образования Республики Казахстан по итогам 2015 года. АО «ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР». Астана 2016 год.

Рисунок 1. Показатели количества вузов на душу населения в странах мира в 2015 году

Данные анализа свидетельствуют о том, что по сравнению с другими странами мира, в Казахстане большее количество людей охвачено высшим образованием. Но сама жизнь показывает, что большее количество вузов не означает хорошего качества образовательных услуг, скорее наоборот, оно ведет к его снижению. При этом деятельность лишь нескольких университетов на деле соответствует национальным и международным стандартам. Основная причина кроется в

недостаточном уровне профессионального менеджмента как в самой системе высшего образования в республике, так и в слабом стратегическом управлении вузов. В этих условиях возрастает роль эффективного управления на всех этапах развития образовательной системы. Требуется модернизация системы образования и организации управления казахстанской высшей школы в том числе. Основными проблемными зонами современного вузовского управления являются:

- неадаптированность структур управления вузом к изменившимся условиям;
- ориентация на достижение целей и задач краткосрочного периода;
- нечеткость управленческих процедур;
- сосредоточенность на решении внутренних задач;
- слабое взаимодействие с потребителями образовательных услуг по изучению их потребностей.

Основной причиной возникновения данных проблем является тот факт, что вузы все в большей степени становятся субъектами рынка, а системы управления вузами отстают от этого процесса. Поэтому напрашивается вывод о том, что основное внимание необходимо уделять формированию системы профессионального стратегического менеджмента в сфере образования.

Особенность управления системой высшего образования заключается в том, что оно должно обеспечивать потребности того общества, в котором осуществляется, что во многом означает осуществление деятельности с учетом перспективных вариантов развития современного социума.

При этом важно отметить, что система управленческого воздействия в сфере высшего образования реализуется на трех основных уровнях:

- государственном;
- региональном;
- образовательного учреждения (вуза).

Эффективность системы менеджмента высшего образования зависит, прежде всего, от степени взаимодействия всех ее элементов на всех уровнях управления.

В этих условиях особую значимость приобретает принцип системности как основополагающий в процессе формирования результативного комплекса управленческих мероприятий.

При этом важно отметить тот факт, что результативность совокупного управленческого воздействия будет оцениваться в том числе на уровне эффективности и успешности менеджмента отдельного высшего учебного заведения.

Среди факторов, влияющих на оценку эффективности вузовского менеджмента, можно выделить следующие:

- уровень преподавания;
- научно-исследовательская деятельность;
- применение современных образовательных технологий;
- использование инновационных методов в обучении;
- использование Интернет-технологий;
- совершенствование учебного процесса;
- решение проблем финансирования деятельности вуза, в том числе поиск дополнительных источников и т.д.

Современная система менеджмента в сфере высшего образования в силу специфичности области деятельности обладает рядом особенностей и решает несколько принципиально важных для развития системы высшего образования и всей национальной системы образования в целом задач. В частности:

- формирование системы доступного образования, целью которого является удовлетворение образовательных потребностей общества;
- повышение качества образования соответствии с требованиями общества;
- обеспечение роста эффективности образовательной системы;
- применение принципа непрерывности образования в существующей образовательной практике;
- целесообразное распределение бюджетных средств и других источников финансирования образовательных нужд с целью соблюдения принципа бесплатности высшего образования;
- взаимодействие учебных заведений различных типов с целью реализации принципов единой государственной образовательной политики;
- развитие конкурентной образовательной среды в условиях рыночных отношений.

Совершенствование профессионального менеджмента в системе высшего в условиях возрастания неопределенности многих факторов внешней среды, глобализации образовательного пространства и конкуренции в нем ставит проблему практической реализации менеджмента, определения целей и задач его применения в вузе. Для этого необходимо тщательное изучение опыта практического применения профессионального менеджмента в других отраслях человеческой деятельности, накопление опыта стратегического управления. В сложившихся условиях стратегической целью,

определяющей развитие и совершенствование системы профессионального менеджмента в вузах является формирование вуза как устойчивой гибкой саморазвивающейся системы, эффективно взаимодействующей с окружающей средой и адаптированной к ее изменениям.

В реализации задач совершенствования профессионального менеджмента вуз должен представлять собой:

- современный вуз мирового уровня, который должен обладать эффективной системой корпоративного менеджмента всех направлений деятельности;
- умело использовать самые передовые методы и технологии;
- готовить конкурентоспособных на мировом уровне специалистов с фундаментальным высшим образованием;
- развивать на высоком уровне научные исследования и разработки, эффективно реализуя свои результаты в экономике и обществе.

Список литературы:

1. Отчет деятельности Комитета по контролю в сфере образования и наук за 2015 год <http://control.edu.gov.kz/>
2. Национальный доклад о состоянии и развитии системы образования Республики Казахстан по итогам 2015 года. АО «ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР». Астана 2016 год.

ИННОВАЦИЯЛЫҚ МАРКЕТИНГТІК ТЕХНОЛОГИЯЛАР ТҮСІНІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Бейжанова А.Т. – э.ғ.к., доценті

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Кез келген елдің экономикалық өсімін негіздеуде инновацияның рөлі елдің экономикалық жүйесін толық айналмалы үрдіс ретінде қарастыруын қамтамасыз етеді. Яғни, ел экономикасының салалық және аймақтық кәсіпорындарының экономикасы елдің экономикасын қалыптастыруда инновацияның, соның ішінде инновациялық маркетингтік технологиялардың орны айқын. Ел экономикасының өсімі түпкі тұтынушылардың тауарлар мен қызметтерді тұтыну мөлшері мен қанағаттанушылық деңгейін анықтайды. Сондықтан жаңашыл идеяны өзіне жиған маркетингтік технологияларды қолдану ел экономикасын дамытуда септігін тигізбек. Басқаша айтқанда, инновациялық белсенділік – елдің экономикалық өсуі мен кәсіпорындардың дамуын айқындайтын фактор болып табылады.

Елдің кез келген саласында инновациялық маркетингті дамыту кәсіпорындарға үлкен мүмкіндіктер береді, яғни аталған нарықта жоғары бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізуге, тұтынушыларды ерекше ұсыныстармен таң қалдыруға, бәсекелестерінен айтарлықтай артықшылықтарға ие болуға, жаңа өнімдер мен қызметтерді жасай отырып, оларды тиімді өткізуге, сонымен қатар новаторлық өнімдер және қызметтермен шетелдік нарықтарға шығуға мүмкіндік береді. Инновациялық маркетинг жалпы ел экономикасын дамытуға үлкен септігін тигізеді. Мәселен, инновациялық маркетинг кез келген саладағы кәсіпорындардың қызметін, табысын, әлеуетін арттыра отырып, отандық жаңа өнімдердің пайда болуына жол ашады.

Жаңа технологиялардың дамуы және осы технологиялар арқылы тауар мен қызметтің мүлдем жаңа жетілдірілген түрлерінің пайда болу жылдамдығы тұтынушылардың қажеттіліктері мен нарықтағы жағдайдың жылдам өзгеруіне әкеледі. Қазіргі нарықта тұтынушы нені, қайда, қандай күйде және қандай бағамен сатып алғысы келетінін өзі таңдап, өндірушілерді осы шарттармен санасуға міндеттейді. Нарықтағы бәсекелестік күннен күнге артып, өндіруші кәсіпорындар тұтынушыны таң қалдырудың қиын екенін түсініп, олардың назарын аудару үшін қолдан келгенін жасауда. Осы орайда бизнестің дамуы тікелей автоматтандыру, жаңа техникалық құралдарды және тауарды жылжытудың озық технологияларын енгізумен, сонымен бірге инновацияны жүзеге асырудың құралдарын пайдаланумен байланысты десек болады. Яғни, тұтынушы талғамынан шығып, нарықта жоғары бәсеке қабілеттілігіне қол жеткізу үшін жаңашылдыққа, инновацияларға ұмтылып, жаңа уникалды ұсыныстар жасау қажет.

Сонымен, инновациялық маркетингтік технологиялардың пайда болуының алғышарттары келесілер болып табылады:

- ұйымдардың сенімді қызмет атқармауы;
- кәсіпорындардың жоғары өндірістік шығындары мен тәуекелділіктің артуы, өндірістік қуаттардың көбеюі;
- персонал жұмысының тиімсіздігі;
- техника мен технологиялық прогрестің қарыштап дамуы;

- өндіргіш күштер нарығы мен өткізу нарығының дамуы;
- тұтынушылардың тауарларға деген көзқарасының өзгеруі;
- бәсекелік ортаның үнемі өзгерісі;
- жаңа білімдер мен үздіксіз жаңару әлеуетіне деген қажеттілік;
- кәсіпорындардағы өндірістік әрекетті жылдамдату процесіне мұқтаждық;
- технологиялардың қымбаттылығы;
- дәстүрлі маркетингтің ескіруі;
- жаһандандудың етек жаюы.

Инновациялық маркетинг – арнайы маркетингтік зерттеулер мен қалыптасқан нарық жағдайына белсенді әсер етудің негізінде фирмалар мен кәсіпорындардың инновациялық және өндірістік-өткізу қызметтерін бақылау мен оптимизациялауға бағытталған өндірістік-шаруашылық қызметтерінің объективті түрі. Басқаша айтқанда, инновациялық маркетинг дәстүрлі маркетингпен жүзеге асқан өнімдер, нысандар мен маркетингтік әдістерді үнемі жетілдіріп отырудың арқасында қалыптасады.

Жаңа технологиялар қолданылатын қызметтер аясы инновациялық қызмет деп аталады. Көптеген кәсіпорындар инновациялық өнім алға басуына жағдай жасайтын еншілес құрылымдар немесе инновациялық орталықтар арқылы дербес жұмыс атқаруға тырысады. Патентті-лицензиялық қызмет туралы білетін, зияткерлік меншік және инновациялардың коммерциялық қолданылуына керекті компоненттерді жетік білетін мамандар жұмысқа алынады.

Инновация маркетингінің тұжырымдамасы маркетинг қызметінің, нарықты зерттеудің және кәсіпорынның бәсекелік стратегияны іздеудің негізі болып табылады. Инновацияны іздеудің бастапқы сатысындағы маркетинг бөлімінің басты мақсаты нарықты зерттеп алу: сұраныс деңгейі мен бәсеке, сатып алушының жүріс-тұрыс бет алысы мен оның талғамы, бәсеке өнімдердің бар-жоқтығы және жаңа өнімдерді нарықта орнығуын қамтамасыз ету.

Маркетинг тұжырымдамасына сүйене отырып мынадай қорытынды жасауға болады: қазіргі заманғы түсінік бойынша инновациялық маркетинг стратегиялардың, бизнес философиясының, функциялардың және басқару тәртіптері мен методологиялық негіздердің жаңа жиынтығынан тұрады.

Инновациялық маркетингтік технологиялар қалыптасқан дәстүрлі маркетингтік технологияларды жоймайды, керісінше оларды одан әрі жетілдіре түседі. Өйткені инновацияның маркетингтік технологияларда алатын орны ерекше. Инновация жаңа маркетингтік технологияларды қалыптастыра отырып, оларды қолданушылардың қажеттіліктерін қанағаттандырып, жұмыстарын жеңілдеті түседі. Алайда барлық тұтынушылар инновацияны бірдей қабылдай бермейді. Бұл процесті 1962 жылы «Инновациялар диффузиясы» моделін ұсынған Эверетт Роджерс теориясы түсіндіреді (1-сурет). Модельдің негізгі идеясы – әр түрлі адамдар немесе кәсіпорындар инновацияны әр түрлі және әр түрлі уақыттарда қабылдайды.



Сурет 1. Тұтынушылардың белгілі уақыт аралығында инновацияларды қабылдау көрсеткіші

Суреттен аңғарғанымыздай, тұтынушылардың 2,5% өзіне сенімді, компанияның негізгі коммуникациялық құралы ретіндегі новаторлар, 13,5% жаңа нәрсені абайлап қолдануды жөн санайтын ерте ерушілер, 34% өте сақ, өзгерістерді терең қабылдайтын ерте көпшілік, 34% көпшілік қолдана бастаған соң ғана өзі қолданып көретін кеш көпшілік, 16% дәстүрлі әдістер мен тәсілдерді ғана қолданатын, жаңа идеялар массалық сипат алғаннан кейін қабылдайтын кеш қалушылар мен инновацияны қабыл алмаушылар.

Суреттен көретініміз, маркетингтік инновациялық технологиялардың қолданылуы кез келген фирмаға табысты болмақ. Өйткені, инновация нарықта үлкен күшке ие, бірден-бір бәсекелестік артықшылық. Компания тез арада инновациялық маркетингтік технологияларды қолдана бастаса, соғұрлым өнімдері мен қызметтері өтімді әрі тиімді болып табылады.

1-кестеде көрсетілгендей әр түрлі ғалымдар инновациялық маркетингтік технологияларды түсінігін өзінше анықтайды.

Кесте 1 – Инновациялық маркетингтік технологияларға авторлардың анықтамалары

Автор	Анықтамасы
К.П. Янковский	Инновациялық маркетингтік технологиялар – өнімді тексеру, әр түрлі нарыққа өнімнің бейімделуі және жарнамалық кампания.
И.Т. Балабанов	Маркетингтік инновациялық технология, бұл – продуценттердің (инновацияны өндіруші) инновацияны өндіруді басқарудағы, делдалдардың (сатушылар) инновацияны жүзеге асыруды басқарудағы, сонымен қатар, сатып алушылардың сатып алған инновацияларын басқарудағы жүйелік әдіс-тәсілдер бола отыра, инновацияны жасау, нарықты зерттеу, коммуникацияларды түзеу, бағаларды қою, инновацияларды жылжытуды ұйымдастыру мен сервистік қызметті айналдыруды көздейтін толық үрдісті маркетинг.
Э.У. Марданова	Маркетингтік инновациялық технология – нарықты зерттеу мен кәсіпорынның бәсекелік стратегиясын табуға бағытталған барлық маркетингтік қызметтер жұмысының фундаменталды негізі.
А.С. Панкрухин	Маркетингтік инновациялық қызметтер технологиясы – жаңа ерекшеліктерге ие тауарлар/қызметтер мен технологияларды анықтау мен оларды жылжытуды мақсат ететін маркетингтік қызмет.
О.В. Лобастова	Инновациялық маркетинг – нақты және әлеуетті тұтынушылардың басқадай қажеттіліктері мен өткізудің жаңа нарықтарын қалыптастыруға бағытталған кәсіпорынның қызмет аясы.
Ф. Котлер	Инновациялық маркетингтік технологиялар – маркетингтің бизнес философиясы, новаторлық ерекшеліктерге ие маркетингтік әдіс-тәсілдер жиынтығы.
<i>Ескерту: [1]-[2] әдебиеттер негізінде автормен құрастырылған</i>	

Сонымен, маркетингтік инновациялық технологиялар дегеніміз – дәстүрлі маркетингтік технологиялар мен маркетингтік әдіс-тәсілдеріне ғылыми-техникалық прогрестің дамуына қарай белгілі бір инновациялық жаңашылдықты қолдана отырып, жаңа әрі нарықта кездеспеген ұтымды маркетингтік құралдар жиынтығын пайдалану болып табылады.

Ал, инновациялық маркетингтік технологиялардың мақсаты – кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыруды көздейтін инновациялық стратегия қызметін қалыптастыру мен жүзеге асыру.

Инновациялық маркетингтік технологиялардың негізгі міндеттері келесідей:

- инновациялық қызметтердің бағыттарын таңдау критерийін анықтау;
- инновациялық қызмет бағыттарының мүмкіндіктерін іздеу және нарықта жаңа тауарды орналастыруға дайындықтар жүргізу;
- инновациялық стратегияны қалыптастыруда ұйымның немесе кәсіпорынның ішкі әлеуеті мен сыртқы ортасын терең талдау;
- өндіріске жаңа өнімді енгізу мен жасауда шығындардың оптимизациясын ұйымдастыру;
- кәсіпорынның инновациялық қызметін жоспарлау және алдағы болатын іс-әрекеттерді болжау;
- инновациялық стратегияның жүзеге асырылуын ұйымдастыру, басқару және бақылау.

Инновациялық маркетингтік технологиялардың мәні мен мағынасын және олардың түрлерін зерделей келе инновациялық маркетингтік технологиялардың келесідей ерекшеліктерін бөліп қарастыруға болады. Инновациялық маркетингтік технологиялардың ерекшеліктерінің ішінде дәстүрлі маркетингтік технологиялардан басты айырмашылығы – ақпараттық технологиялардың дамуын қолдана отырып, ғылыми технологиялық жетістіктерді маркетингтік құралдарға енгізу немесе оларды құралдармен бірге жұмыс жасату болып табылады. Техникалық жетістіктерді қолдана отырып, жаңа инновациялық маркетингтік технологияны ойлап табудың негізінде нарықта маркетингті жүргізудің жаңа әдіс-тәсілдері мен стратегиялары пайда болады. Сонымен инновациялық маркетингтік технологиялардың ерекшеліктері келесі кестеде көрсетілген.

Кесте 2 – Инновациялық маркетингтік технологиялардың ерекшеліктері

Объектілері	Ерекшеліктері
Қолдану ресурстары	ғылыми-технологиялық прогрестің озық технологияларын қолдану
Автоматтандыру	маркетингтік іс-әрекеттер мен үрдістерді барынша автоматтандырып, қол еңбегін азайту
Шығындар	маркетингтік іс-шараларды жүргізуге кететін шығындарды барынша оңтайландыру
Виртуалдық мүмкіндіктер	уақытты, артық ресурстарды үнемдеп, іс-әрекеттерді виртуалды басқару мүмкіндігі
Үрдісті жүргізу	маркетингтік қызметті оңтайландыру және жүзеге асыру үрдісін қарапайымдандыру
Жұмыспен қамтуы	технологиялардың көптеп пайда болуы нарықта маркетингтік техноло мамандарын қажет етуі
Басқа ғылымдармен байланысы	маркетинг пен ақпараттық технология ғылымдарының синергиялық үндестігінің орын алуы
Мәселерді шешу	дәстүрлі маркетингтік мәселелердің тез арада шешілуі және оларды шешудегі жеңілдік
Ақпараттар	ақпараттың тез таралуы мен маркетингтік коммуникациялық шаралардың тиімділігі
Нақтылық	психологиялық және медициналық аспаптардың қолданылуы нәтиженің нақты болуын қамтамасыз етуі
<i>Ескерту: [2] әдебиет негізінде автормен құрастырылған</i>	

Кестедегі ерекшеліктерді қарастыра отырып, инновациялық маркетингтік технологиялардың тиімділігінің жоғары екенін көруге болады. Дәстүрлі маркетингтік технологиялардың кем тұстарын жетілдіруге және оларды оңтайландыруға бағытталған қазіргі маркетингтік технологиялар жұмыс сапасын арттыра түседі. Дегенмен бағасы және қолданылуы бойынша инновациялық маркетингтік технологиялар дәстүрлі маркетингтік технологияларға қарағанда қымбат әрі қиын болып табылады. Сол себепті қазіргі кезде әлі де болса дәстүрлі маркетингпен жұмыс жасайтын кәсіпорындар бар.

Осындай бірқатар ерекшеліктер инновациялық маркетингтік технологиялардың мәнін одан әрі аша түседі. Сондай-ақ инновациялық маркетингтік технологиялардың келесі бір ерекшелігіне олардың арасындағы байланысты жатқыза аламыз. Қазіргі заманғы маркетингтік технологиялардың көптігі сонша, олардың арасында өзара біріккен байланыстың әлі қалыптасып жетілмеуі маркетинг мамандар үшін ерекше үрдіс болып табылады. Өйткені, қазіргі таңдағы маркетингтік элем бұрыңғыға қарағанда күрделірек. Деректер мен технологиядағы инновациялар бүгінгі күнде тұтынушыға таңдау құқығын, билік, қадағалау және жылдамдықты басқару мүмкіндігін береді. Тұтынушыларды түсіну, олармен бірлесіп әрекет жасау және оларды тарту үшін маркетинг технологиясының мүмкіншіліктері қажет, өйткені олар креативті, сонымен қатар, стратегия мен технологияны өзара байланыстырып біріктіреді. Дегенмен мүмкіншіліктермен қатар, маркетингтік инновациялық технологиялардың алуан түрлілігі және олардың кең таралуы бірден-бір мәселеге айналады. Яғни: технологиялардың көптүрлілігі, олардың өте көп қолданылу мақсаттары мен мүмкіндіктері және дамып отыратын маркетингтік технологиясындағы бөлшектенулер.

Алайда, осындай қатаң нарықтық жағдайда инновациялық маркетингтік технологиялардың өзара байланысушылығын табуға бағытталу жаңа теорияны ашады. Бұл теория бойынша барлық инновациялық маркетингтік технологиялардың өзара байланысып жұмыс істеуі үшін үрдістер 3 түрге бөлінеді: офлайн күй, сатушылық күй, өзіндік күй. Осы күйлер бойынша үрдістердің мазмұны ашылады. Әр технология жүзеге аса отырып, белгілі бір үрдістің бөлшегі рөлін атқаралы.

Сонымен, инновациялық маркетингтік технологиялардың маңызы нарықтың қалыптасқан жағдайында артқанын байқаймыз. Технологиялар кез келген қызметті немесе іс-әрекетті тездетуге, оңтайландыруға бағытталған. Сондықтан инновациялық маркетингтік технологияларды қолдану компанияға үлкен артықшылықтар береді. Қазіргі таңда көптеген фирмалар инновациялық маркетингтік технологияларды белсенді түрде жүзеге асырып қолдануда.

Әдебиеттер тізімі:

- 1 Янковский К.П. Инновационный маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 45 б.
- 2 Балабанов И.Т. Маркетинговые инновационные технологии в условиях рыночной экономики: учеб. для вузов. – М.: Юнити, 2011. – 330 б.
- 3 Лобастова О.В. Маркетинг инноваций: учеб. пособие. – Н: Нижегород, 2014. – 88 б.

ТӘУЕКЕЛ ЖАҒДАЙЫНДА ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ЖОБАЛАРДЫҢ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ ӘДІСТЕРІ

Ғабит С. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Инвестициялық қызметтің барлық түрі тәуекелмен тығыз байланысты. Жобаны жүзеге асырудың әр түрлі шарттарында жоба бойынша шығындар мен нәтижелер де түрліше болады. Сондықтан тәуекел мен ықтималдылық факторларын есептегенде олардың тиімділігін есепке алады. Айта кететін жайт, инвестициялық жобаның дамуы – динамикалық үдеріс, сондықтан да шешімдерді қабылдаудың әрбір мезетінде жобаны жүзеге асыру шарттары өзгеріске ұшырауы мүмкін.

Инвестициялық шешімдерді қабылдау үшін, тиімділіктің критериялды көрсеткіштерінің белгілі бір жиынтығын талдау арқылы жүргізілетін, жобаның инвестициялық сапаларын бағалау қажет. Себебі инвестициялық мақсаттардың жүзеге асырылу дәрежесі, инвестициялардың тиімділігін бағалаудың нәтижесіне тәуелді. Алынған нәтижелердің объективтілігі мен шынайылығы, өз кезегінде, пайдаланылатын талдаудың әдістеріне тікелей байланысты. Әлемдік тәжірибеде әзірленген инвестициялардың тиімділігін анықтаудың әдістері, нақты және қаржылық инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау үшін де, сондай-ақ, инвестициялау объектілерін таңдау үшін де қолданылады.

Инвестициялық жобаның (ИЖ) тиімділігін бағалаудың негізінде, жобаны жүзеге асырудан алынатын кіріс пен инвестициялық шығындарды өлшейтін, көрсеткіштер жүйесі жатыр. Инвестициялық қызметтің табыстылығы мен тәуекелдерінің оңтайлы үйлесімділігін анықтау үшін, әртүрлі жағдайларды ескеру қажет. Сондықтан, осы мақалада, біз, инвестициялық талдау әдістерінің артықшылықтары мен кемшіліктерін қарастырып, шешімдерді қабылдау үдерісінде тәуекел мен белгісіздікті есепке алу мәселелеріне ерекше көңіл бөлеміз.

Ұзақ мерзімді инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау үшін әртүрлі көрсеткіштер пайдаланылады, олардың кең тарағаны мыналар [1,256.].

- таза ағымдағы құн – NPV ақша бірл.;
- табыстылық индексі – PI;
- дисконттау есебімен өтелу мерзімі – DPP, жылдар;
- табыстылықтың ішкі нормасы – IRR, %;
- табыстылықтың модификацияланған нормасы – MIRR, %.

Инвестициялық жобалардың тиімділігін талдаған кезде, ақша ағындарының болашақтағы құны болжамды сипатта бағаланады. Болашақтағы нәтижелердің белгісіздігі экономикалық факторлармен қатар (нарық конъюктурасының, бағаның, валюта бағамының, инфляция деңгейінің және т.б.), экономикалық емес факторларға да (климаттық және табиғи жағдай, саяси қарым-қатынас және т.б.) тәуелді. Болжамданған нәтижелердің белгісіздігі тәуекелдің пайда болуына себепші болады. Сонымен қатар, жоғарыда қарастырылған тиімділік көрсеткіштерінің ортақ кемшілігі – енгізілетін өлшемдердің орташа мәндерін қолдану болып табылады.

Инвестицияларды басқарудың әлемдік тәжірибесінде, тәуекел мен белгісіздік жағдайында инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалаудың әртүрлі әдістері пайдаланылады, олардың қатарына жататындар [2,1406.]:

- дисконттау мөлшерлемесін түзету әдісі (тәуекел үшін сыйақы);
- нақты эквиваленттер әдісі (шынайылық коэффициенттері);
- тиімділік көрсеткіштерінің сезімталдығын талдау (NPV, IRR және т.б.);
- сценарийлер әдісі;
- ойындар теориясының әдісі (MAXIMIN, MINIMAX критерийлері және т.б.);
- «шешімдер ағашын» құрастыру;
- Монте-Карло әдісі бойынша үлгілеу.

Бұл әдістердің сипаттамасы әртүрлі әдебиет көздерінде кеңінен қарастырылады. Біз осы әдістерді тәжірибеде қолданудың ерекшеліктері мен кемшіліктеріне тоқталамыз.

Дисконттау мөлшерлемесін түзету әдісі болашақтағы ақша ағындарын қазіргі уақытқа неғұрлым жоғары мөлшерлеменен келтіруді қарастырады. Алайда, мүмкін болатын тәуекел деңгейі (ақырғы экономикалық нәтижелердің мүмкін болатын ауытқуы) туралы ешқандай ақпарат бермейді.

Нақты эквиваленттер әдісі, алдыңғы әдіске қарағанда, дисконт шамасын емес, инвестициялық жобаның ақша ағындарының шамасын түзетуді қарастырады. Осы мақсатта әрбір жоспарланатын t мерзімі үшін арнайы төмендетуші коэффициенттер есептеледі. Есептеу тәсілдерінің бірі – t кезеңіндегі тәуекелсіз салымдар (операциялар) бойынша таза ақша ағыстарының осы t кезеңіндегі жоспарланған таза ақша ағыстарына қатынасы болып табылады. Бұл әдіс, ақша ағындары тәуекелсіз

салымдардың кірістері ретінде қарастыратындықтан, инвестициялық жобаның тиімділігін талдауды белгісіздік және тәуекел жағдайында жүргізуге мүмкіндік бермейді.

Тиімділік көрсеткіштерінің сезімталдығын талдау әдісі, инвестициялық жобаның басты айнымалыларының әсерін сандық негізде бағалауға мүмкіндік береді. Берілген әдістің негізгі кемшілігі – инвестициялық жобаның бір өлшемінің өзгерісі жағдайында, қалған өлшемдерінің өзгеріссіз қалуы. Ал бұндай жағдай, тәжірибеде сирек кездеседі.

Сценарийлер әдісі сезімталдықты талдау әдісінің негізгі кемшілігін жоюға мүмкіндік береді. Себебі, бұл әдістің көмегімен тәуекел факторларының өзгерісінің әсерін ескеруге болады. Сценарийлер әдісінің негізгі кемшіліктері бар: біріншіден, әрбір даму сценарийі үшін ақпаратты таңдау және сараптамалық өңдеу бойынша үлкен көлемді жұмысты орындау қажет; екіншіден, даму сценарийлерін таңдауда субъективтілік үлесінің басымдылығы.

MAXIMIN критерийі (Вальд критерийі) инвестордың тәуекелін минималдайды, алайда, бұл әдісті пайдаланғанда тиімділігі жоғары болып табылатын көптеген инвестициялық жобаларды қабылдаудан негізсіз бас тартамыз. Бұл әдіс инвестициялық жобаның тиімділігін жасанды түрде төмендетеді, сондықтан оны кепілдендірілген нәтижеге қол жеткізу қажеттілігі туралы сөз қозғалғанда пайдаланған мақсатты.

MINIMAX критерийі (Сэвидж критерийі), MAXIMIN критерийіне қарағанда, тек жоғалтуларды төмендетуге ғана емес, сондай-ақ, пайданы жоғалтуды төмендетуге бағытталған. Ол қосымша пайданы алу үшін, белгілі бір дәрежеде тәуекелге бел бууды қарастырады. Бұл критерий, инвестициялық жобаның шешімін қабылдағанда, сыртқы ортаның жағымсыз дамуымен байланысты тәуекелін ескермейді.

Гурвиц критерийі сызықтық комбинация көмегімен MAXIMIN және MINIMAX критерийлері арасында баланс орнатады. Бұл әдісті пайдаланғанда, көпшілік сценарийлердің ішінен, минималды және максималды тиімділікті көрсететін ИЖЖ таңдалып алынады [3,566.].

«Шешімдер ағашын» құрастыру әдісі сценарийлер әдісіне ұқсас келеді және сыртқы орта динамикасын көпнұсқалы болжауға негізделген. Бұл әдістің бір айырмашылығы мынада: ұйым, қажетті жағдайда, жобаның жүзеге асырылу қадамдарын өзгертуі мүмкін. Алайда, бұл әдістің бірқатар кемшіліктері бар: біріншіден, зерттелетін «шешімдер ағашының» көлемі үлкен болған жағдайда, әдістің техникалық күрделілігі; екіншіден, мүмкіндікті бағалауда субъективтіліктің жоғары деңгейі.

Монте-Карло әдісі бойынша үлгілеу – тәуекел жағдайында инвестициялық шешімдерді бағалаудың кең тараған әдістерінің бірі. Монте-Карло әдісі бойынша инвестициялық жобаның көптеген нұсқалары қарастырылатындықтан, ол мүмкіндіктерді неғұрлым нақты бағалайды [4,72-92бб.]. Алайда, тәжірибеде қолданғанда, бұл әдістің кемшіліктерін келесі негізгі себептермен түсіндіруге болады:

- мүмкіндіктерді бөлу заңдарына қатысты, алынған нәтижелердің жоғары сезімталдығы;
- заманауи бағдарламалық құралдар мүмкіндіктерді бөлу заңдары мен ондаған айнымалылардың коррелициясын ескерген жағдайда да, олардың шынайылығын тәжірибелік зерттеп, бағалауға мүмкіндік бермейді;
- жоғарыда аталған екі себептің салдарынан, инвестициялық шешімдердің қате қабылдануы мүмкін.

Белгісіздік жағдайында шешім қабылдау үшін нақсыз қосындылар теориясының әдістері пайдаланылады. Бұл әдістің негізгі артықшылықтары келесідей:

- қабылданатын инвестициялық шешімдердің шынайылығы мен сапасын жоғарылатуға мүмкіндік беретін қол жетімді барлық ақпаратты пайдалануға мүмкіндік береді;
- инвестициялық жобаның мүмкін болатын даму сценарийлерінің толық спектрін қалыптастырады;
- инвестициялық жобаның оңтайлы қоржынын қалыптастыру міндетін шешуде бірақатар артықшылықтары бар.

Жобаларды басқаруда тиімді ұйымдастырушылық құрылымды таңдау үшін келесі әдістерді пайдалану керек:

- 1) баламалар әдісі;
- 2) сараптамалық әдіс;
- 3) мақсаттарды құрылымдау әдісі;
- 4) ұйымдастырушылық үлгілеу әдісі [5,866.]. Баламалар әдісі баламалы ұйымдардың басқару құрылымының тәжірибесін қолдануға негізделген.

Сараптамалық бағалау әдісі, инвестициялық тәуекелдің болу мүмкіндігін бағалау үшін қолданылады. Бұл жұмысты жүргізу үшін, мәселенің мән-жайын жақсы білетін, кем дегенде, үш сарапшының қатысуы керек. Атап айтқанда, ұйымның басқарушысы, экономикалық сұрақтармен

айналысатын территория әкімшілігінің қызметкері, жоғары білікті маман және т.б. сарапшы бола алады. Жеке жұмыс жасайтын әрбір сарапшыға, жобаға әсер ететін жалпы тәуекелдердің тізімі беріледі. Сарапшылардың міндеті – берілген тәуекелдердің болу мүмкіндігін белгілі бір бағалау жүйесі бойынша бағалау болып табылады.

Бұл әдіс бойынша, жай тәуекелдердің басымдылық дәрежесі бойынша, үлес салмақтары анықталады.

Сараптамалық әдісті пайдалануда туындайтын негізгі мәселе, алынған нәтижелердің объективтілігі мен нақтылығымен байланысты. Бұл, сарапшыларды сапасыз іріктеу, топтық талқыға салу мүмкіндігі, белгілі бір пікірдің басымдылығы сияқты факторларға тікелей байланысты.

Мақсаттарды құрылымдау әдісі ұйымның мақсаттар жүйесінің әзірленуін қарастырады. Бұл әдісті пайдалану үшін келесі кезеңдер орындалады:

- мақсаттар жүйесін әзірлеу;
- ұйымдастырушылық құрылымның ұсынылатын нұсқаларын сараптамалық талдау; - жауапкершілік пен құқықтарды тағайындау.

Ұйымдастырушылық үлгілеу әдістеріне келесідей әдістер жатады:

- иерархиялық басқару құрылымының математико-кибернетикалық үлгілері (мысалы, көпсатылы оңтайландыру үлгісі, жүйелі, индустриалды динамиканың үлгісі);

- ұйымдастырушылық жүйенің графо-аналитикалық үлгісі (функцияларды бөлудің жүйелік, матрицалық, кестелік, графикалық суреттелуін көрсетеді);

- ұйымдастырушылық құрылымның табиғи үлгісі – шешімдерді қабылдау мақсатында жасанды жағдайларды ойластыруға негізделген. Оларға зертханалық тәжірибелер, басқарушылық ойындар т.б. жатады;

- математикалық-статикалық үлгілер – ұйымдар туралы эмпирикалық мәліметтерді жинауға, талдауға және өңдеуге негізделген.

Ұйымдық құрылымдарды жоспарлағанда ұйымдық құрылымдарға қойылатын негізгі талаптарды ескерген жөн:

1. Оңтайлылық. Басқарудың барлық деңгейдегі сатылары арасында оңтайлы байланыс орнығуы керек;

2. Жеделдік. Шешім қабылдау мен сол шешімді пайдаланудың аралығында ешбір кері өзгерістер орын алмауы керек;

3. Сенімділік. Басқару аппаратының құрылымы басқару жүйесіндегі байланыстың үздіксіздігін қамтамасыз етіп, шынайы ақпараттың берілуін кепілдендірілуі керек;

4. Тиімділік. Басқару аппаратына минималды шығын жұмсау қажет;

5. Икемділік. Құрылым қоршаған ортаның өзгерісіне сәйкес өзгеруі керек;

6. Тұрақтылық [6,121б.].

Басқару құрылымы сыртқы әсерлерге қарамастан, өзінің негізгі қасиеттерін сақтауы керек.

Жобаны орындау және оны басқару үрдісінде желілік жоспарлау және басқару жүйелерінде желілік үлгі қолданылып келеді.

Ықтималдық желілік модельдерді балама және балама емес деп бөлуге болады. Балама емес желілік модельдерде барлық немесе кейбір жұмыстардың ұзақтығы ықтималдық үлестірім функцияларымен сипатталғанымен олардың орындалу тізбегі белгіленген, яғни жұмыстардың арасындағы байланыстар бізмәнді анықталған. Балама модельдерде барлық немесе кейбір жұмыстардың ұзақтығы ғана емес олардың арасындағы байланысы да ықтималдық сипатта болады.

Қазіргі кездегі ықтималдық желілік жоспарлаудың көптеген тәсілдерінің ішінде бағдарламаларды бағалау және талдау – ББЖТ (Program Evaluation and Review Technique, PERT), статистикалық сынақтар немесе Монте-Карло, бағдарламаларды графиктік бағалау және талдау әдістері (Graphic Evaluation and Review Technique, GERT) кеңінен тараған [7,104-121бб.].

Инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалаудың әртүрлі әдістерін қарастырып, біз мынадай қорытындыға келдік:

1. Инвестициялық есептеулер бойынша, тәжірибеде кең қолданысқа енген ақша ағындарын дисконттау әдісі, инвестициялық жоба нәтижелерінің мүмкіндік сипатын ескермейді. Бұл әдіс, әсіресе, белгісіздік пен жоғары тәуекел жағдайына бейімделмеген.

2. Отандық және шетелдік зерттеушілердің тәжірибесі көрсеткендей, нақты инвестицияларды басқару міндеттерін шешуде, мүмкіндік тәсілдерінің сенімсіз құрал екендігін мойындау қажет.

3. Жоғарыда көрсетілген кемшіліктерді жою үшін, нақсыз қосындылар теориясының жетістіктерін келесі шарттарды ескеріп пайдалану керек: біріншіден, инвестициялық үдерістің мүмкін болатын сценарийлерінің толық спектрін қалыптастыру керек; екіншіден, шешім қабылдау, жобаның тиімділігін екі критериймен емес, жиынтық бағалау арқылы жүргізілуі керек.

4. Белгісіздік пен тәуекел жағдайында инвестициялық жобаларды жоспарлау және басқару жүйелерінде желілік үлгіні кеңінен қолдану қажет.

Әдебиеттер тізімі:

1. Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. М.: Дело, 2004.
2. Шарп У., Александер Г., Бэйли Г. Инвестиции/пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 2001. 106 б. Жансүгіров атындағы ЖМҮ ХАБАРШЫСЫ № 4 /2012
3. Деревянко П.М. Оценка проектов в условиях неопределенности // Корпоративный менеджмент, 2006.
4. Manash R. Forms and methods of estimation of efficiency of investment // Journal of Economics.-2008.-Number 1.-p.75-92. Electronic resource. - <http://www.springerlink.com/content/u10522pu41832v16/>
5. Царев В.В. Оценка экономической эффективности инвестиций. СПб.: Питер, 2004.
6. Пересада А.А. и др. Инвестирование: Навч. - метод. пособие для самост. вивч. дисц. / А. А. Пересада, А. А. Смирнова, С. В. Оникиенко, О. А. Ляхова. - К.: КНЭУ, 2001. - 251с.
7. H. Ing, R. A. Noulty, T. D. McLean. The different methods to formalizations uncertainly// -2010.-Number 4.-p.104-121. Electronic resource [www. sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com).

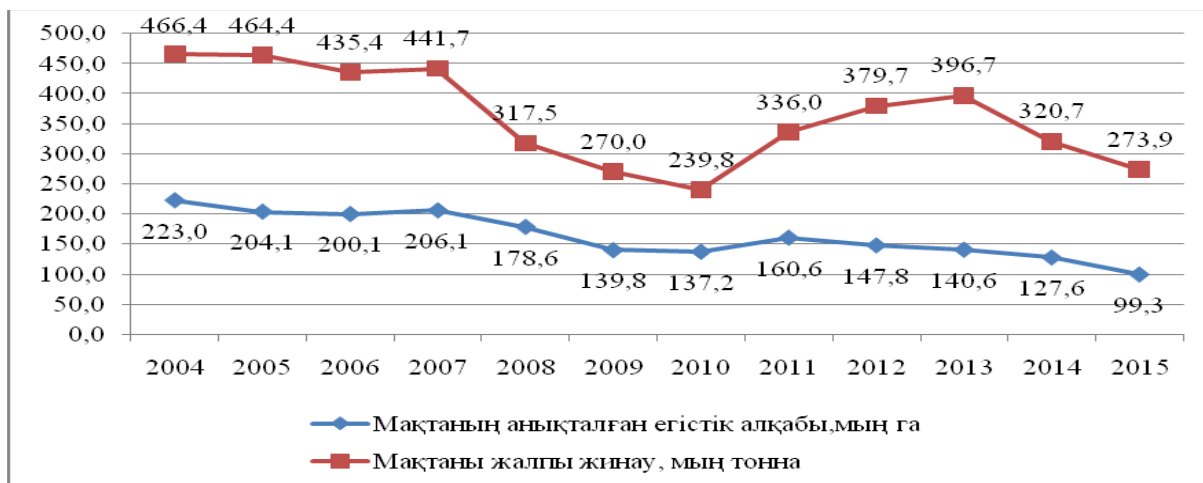
ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МАҚТА ШАРУАШЫЛЫҒЫНА ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУ

Дарханбай Б. – студент

*Ғылыми жетекші: Женисхан Д.Ж.-э.ғ.к.,аға оқытушы
С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті,*

Мақта шаруашылығын дамыту мемлекеттік деңгейдегі ауылшаруашылығының ең өзекті сұрақтарының бірі ретінде қарастырылады. Себебі мемлекет басшысының «100 нақты қадам» жобасында ауылшаруашылық жерлерін тиімді пайдалану, оның құнарлылығы мен өнімділігін арттыру туралы төмендегі қадамдарында нақты атап көрсеткен: Атап айтқанда, 35-қадам: ауылшаруашылық жерлерін тиімді пайдалану мақсатымен оларды нарықтық айналымға енгізу. Жер кодексіне және басқа заң актілеріне өзгерістер енгізу. 36-қадам: жер телімдерін мақсатты пайдалану түрін өзгертуге рұқсат алу ресімдерін жеңілдету [1]. Демек, мақта шаруашылығын дамыту мемлекеттік деңгейдегі өзекті сұрақтардың бірі ретінде қарастырылады. Қазіргі кездегі нарықтық талаптар мен жаһандық өзгерістер ауыл шаруашылығы жерлерін бір бағытта ғана емес мүмкіндігінше әртараптандырылған мақсатта қолдану керектігін дәлелдеп отыр. Сол себепті, Қазақстанда мақта алқабын және мақта теру технологиясын жетілдіру қажеттілігі айқындалады.

Соңғы жылдары Қазақстандағы мақта саласының маңыздылығы артып, мемлекет тарапынан да үлкен қолдауға ие болуда. Атап айтқанда, агробизнес 2020 бағдарламасын негізге алатын болсақ, мақта өндірушілер үшін келесідей қолдау шараларын ұсынады: 1. Элиталық тұқымды 40%-дейін арзандату (химиялық әдіспен тазаланған болса,субсидия 2-3 есе артық) 2. «Казагроэкс»АҚ-да тұқымның, шитті мақтаның және мақта талшығының сапасына тегін сараптама жасау. 3. «ҚазАгродан» егіске және жиын-терімге жеңілдетілген несие алу 4. Тыңайтқыштар мен гербицидтерді 50% құнын (қазақстандық) және 30%-ға (импорттық) дейін арзандату 5. Жанар-жағармайға және өзге тауарлы-материалдық құндылықтарға 1 гектарға шығындарды 40%-ға дейін өтейтін субсидия алу (тамшылатып суару болса – одан артық) 6.Техника лизингін арзандату, яғни мөлшерлеменің жартысын (14%-дың 7%-ын) мемлекет төлейді 7. Суаруға қажет суды 20%-дан 90%-ға дейін арзандату (суару тәсіліне байланысты) [2]. Осы аталған мемлекеттік қолдаулар негізінде, Қазақстандағы мақта шаруашылығын дамытуға мол мүмкіндіктер бар. Дегенмен, мақта шаруашылығындағы нақты жағдайды ескеретін болсақ, төмендегі статистикалық деректер оның тұрақты емес екендігін көрсетеді.



Сурет 1 - Қазақстандағы мақта шаруашылығының ағымдық көрсеткіштері, 2004-2015 жж. [3].

1-ші суреттен көріп отырғанымыздай Қазақстандағы мақта шаруашылығы 2004-2015 жж. көрсеткіштерден мақта алқабы мен мақтаны жинау көлемінің барынша төмендеп отырғанын байқаймыз. 2015 жылды 2004 жылмен салыстырғанда мақта жинау 2 есеге жақын, ал егіс алқабы 2 еседен астам құлдыраған.

Мақтаның жылдық түсімі туралы «Қазақ мақта шаруашылығы ғылыми — зерттеу институты» ЖШС-нің бас директоры, ауылшаруашылығы ғылымының докторы Ибадулла Үмбетаев мырза Қазақстандағы мақта егу технологиясын өзгерте отырып, әр гектардан алынатын өнімділікті 45-50 центнерден алу қажеттілігін атап өткен [4]. Осы жағдайлар еліміздегі мақта шаруашылығын ғылыми түрде зерттеу қажеттілігін көрсетеді. Мақта егу және өсіру технологиясының шет елдік тәжірибесін ескеретін болсақ, оларды келесі мысалдардан көруге болады.

АҚШ-та мақта өсіруді ұйымдастырудың құқықтық негізі мемлекеттік реттеу мен қолдау арқылы жүргізілді, яғни мақсатты баға белгілеп тауар өндірушілерді қаржылай қызықтырудың тиімді жолдарын қолданды. Қалай қызықтырады делік, онда нарықтағы баға интервенция деңгейінен төмендеп кеткен жағдайда, ел үкіметі фермерлерге тікелей төлем жасап, олардың табыс деңгейін көтереді. Ал баға белгіленген мөлшерден төмендеп кетсе үкімет жергілікті тоқыма фабрикаларына және Америка мақтасын экспортқа шығарушыларға төлем жасайды. Осылайша Америка рыногының баға бойынша бәсекелестік қабілетін сақтайды.

Қытай үкіметі мақта өнеркәсібінің талабына сай және ауылдық жердің әлеуметтік жағдайын көтеру мақсатында әр жылға өндірушілерден сатып алынатын мақтаның көлемін белгілейді, сатып алу бағасын бекітеді. Осыған орай жергілікті жерлердегі үкімет уәкілдері ұлттық жоспарды орындау үшін өндірушілермен алдын ала келісім-шарт жасап, мақта егістігінің жер көлемін, керекті болған өндірістік-материалдық ресурстардың түрлерін және мөлшерін, өндірілетін мақта-шикізатының ең төменгі деңгейін және сапасына қарай кепілденген сатып алу бағасын анықтайды. Осыған сәйкес үкімет фермерлерге өндірістік ресурстарды сатады және жеңілдетілген несиелер береді. Өндірушілер қызығатын баға белгілейді, өндірістік ресурстарға субсидия және несиелер беріп, қажет болған мақта көлемін өндіру үшін жан-жақты жағдай жасайды.

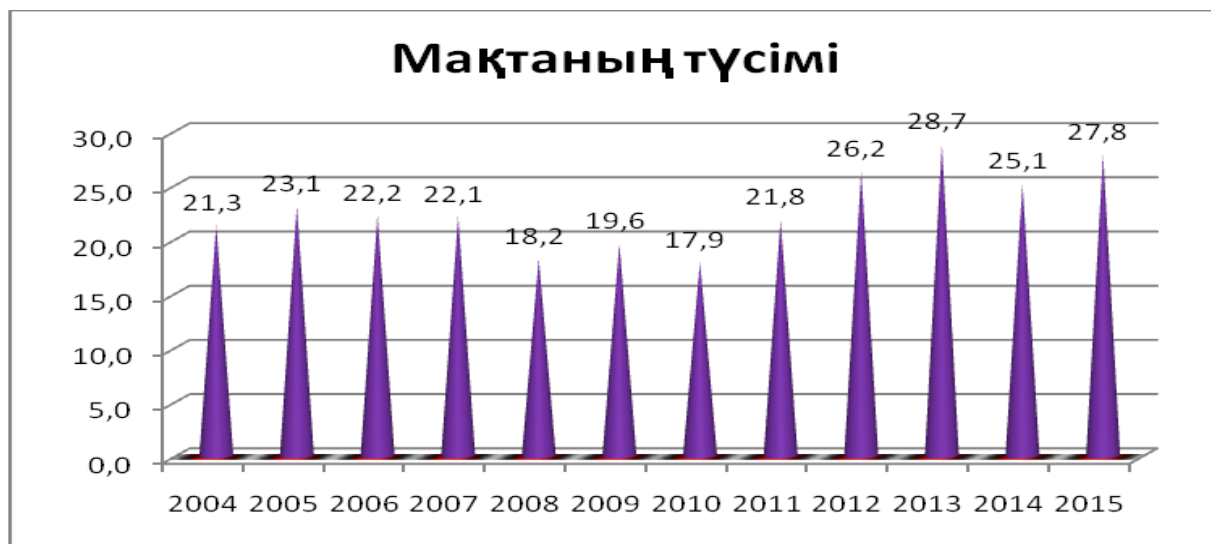
Еліміздегі мақта шаруашылығының қазіргі жағдайымен шет ел тәжірибесін ескеретін болсақ, Қазақстанда мақта саласында келесі мәселелер мен оларды шешудің бірқатар тетіктері бар екендігі айқын көрінеді.

Біріншіден, контрабандалық жолмен әкелінген сорттары егіледі. Бұл өз кезегінде мақтаның өнімін күрт төмендетеді, бұл жағдайлар мақта талшығының сапасы әлемдік талаптарға сай келмеу қаупін тудырады. Атап айтқанда, соңғы жылдары Оңтүстік Қазақстан облысында аудандастырылған үш мақта сорты егіліп келді. Мысалы, мақталық жердің 45 пайызына –С- 4727,5 пайызына –108-Ф, шамамен 3 пайыз жерге Қырғыз-3 сорты егілді, ал қалған мақталық жердің 47 пайызына белгісіз [5]. Сондықтан, шет елден келген сорттарды мұқият бірнеше мәрте зерттеу орталықтарына жөнелтіп, оның егуге жарамды немесе жарамсыздығын анықтау қажет. Сонымен қатар, туралы «Қазақ мақта шаруашылығы ғылыми — зерттеу институты» қызметшілері шаруалар мен арнайы сұхбат жүргізіп егіншілік жерлерге қандай мақта сорттары егіліп жатырғанын және қай жақтан әкелініп жатқанын бақылып отыру қажет.

Екіншіден, Түркия және Қытай мемлекеттерінің мақта шиттерінің Қазақстандық мақта шиттерімен салыстырғанда бір қадам жоғары. Ол жақтарда егу технологиясы басқаша. Мәселен, көрші Қытайда ақ алтынды екенде, біз сияқты жүйектердің арасындағы алшақтықты 90

сантиметрден емес, 45 сантиметрден қалдырады. Соның арқасында, оларда гектарына 220-230 мың көшет шығады. Бізде бұл көрсеткіш 90 мыңнан аспай отыр. Сөйтіп қытай мемлекеті түп санының есебінен мол өнім алып отыр. Қытай мемлекеті мақта саласында әр гектардан 50 центнерден астам өнім алады [6].

Келтірілген мысалдарды негізге алатын болсақ, Қазақстандағы мақта шаруашылығын дамыту үшін егу технологиясын мүлдем өзгертуіміз қажет. Егер біз мақта шаруашылығына қарастырылып отырған технологияны пайдаланған жағдайда әр гектарынан алынатын өнімділік қазіргі жағдаймен салыстырғанда 2 есеге дейін артады, яғни әр гектардан 40-45 центнер. Қазір біз мақтаны 40-50 жыл бұрынғы Кеңес одағы кезінде қолданылған тәсілмен егіп жатырмыз. Ол кезде, Кеңес үкіметін осы қазір біз алып жатқан 25-26 центнерді қанағат тұтқан. Бұл жағдайларды 2-суреттен көруге болады.



Сурет 2 – 2004-2015жж. Қазақстандағы мақтаның түсімі, ц/га [7].

2-ші суреттен Қазақстандағы соңғы жылдарда мақта түсімінің артып отырғанын көреміз. Әсіресе 2013 жылы ең жоғарғы өнімділікке қол жеткізілген, 28,7 ц/га. Бұл жағдайлар мақта шаруашылығындағы ілгерілеушіліктің бар екенін көрсетеді.

Үшіншіден, Мақта алқабындағы топырақтың құнарлығын бірқалыпта сақтап қалу маңызды проблемалардың бірі болып табылады. Яғни топырақ құнарлығын сақтап қалу үшін жоңышқа ауыспалы егіс құрылымын және минералды тыңайтқыштарды пайдалануға болады. Сонымен қатар, топырақтың құнарлығын арттыруға сәйкес келетін жүгері, жоңышқа, арпа, соя, вика дақылдарын егу қажет.

Төртіншіден, елімізде мақта шикізатына мемлекет тарапынан тұрақты баға белгіленбеген. Мақта өңдейтін зауыттар шаруалардан шикізатты ең төменгі бағамен сатып алады. Содан соң шаруалар шығынға батады. Бұлда мақтаның сапасына әсер етеді. Қазір шет елдер де мақтаның өнімділігі оның әр гектарынан түсетін мақта талшығымен есептеледі. Мақта тек талшық үшін өндіріледі. Сондықтан да, мақта шикізатын сатып алушылар шаруалармен есеп айырысқан кезде, ақшасын шикізатпен емес, талшықтың бағасымен төлеуі керек. Қазіргі уақытта, шикізаттағы таза талшықтың мөлшерін анықтайтын құралдар мақта зауыттарында жетерлік. Сол құралмен талшық көлемін анықтап алып, кейін Ливерпуль биржасындағы бағамен шаруалардан мақта өнімдерін сатып алуы қажет. Сонда ғана мақташының еңбегі әділ түрде ақталады.

Бесіншіден, Мақта саласындағы өзекті мәселелердің бірі мақта теретін жұмыс күшінің болмауы. Жыл сайын күз мезгілінде шаруаларды қинайтын басты мәселе болып табылады. Негізінде, Қазақстанға мақта саласына жұмыс күші Өзбекістан мемлекетінен тартылады. Яғни ол жұмысшыларға терілген мақтаның әрбір кг. үшін 20-22 теңге беріледі. Демек, олардың күндік табысы 100 кг. артық терген жағдайда 2200-2800 теңге болса, айына 78000 теңге. Қазақстан азаматтары да жалданып жұмыс істейді, бірақ Өзбекістандық азаматтарға қарағанда еңбекақыны көп талап етеді (әр кг. үшін 30 теңгеден жоғары). Ал шаруалардың науқан соңында мақтаның әр кг. 50-55 теңгеден зауыттарға өткізетінін ескерсек, әрине шаруалар үшін қазақ жұмысшылары тиімсіз болып табылады. Осы жағдайларды ескерсек, Қазақстан үшін мақта жинаудың жаңа технологияның қажеттілігі анықталады.

Қазіргі уақытта Түрікменістан мемлекеті жұмыс күші тапшылығын болдырмау үшін Түркия мемлекетінде Өзен Іш атты компанияда жасалған мақта жинайтын аппаратты қолданып отыр. Яғни

бұл құрылғының бағасына тоқталсақ, Түрік елінде 1000 лира қазақтың теңгесімен 107000 теңге болады.



Сурет- 3. «Özen İş» - мақта жинау құралы [8].

Бұл технологияның артықшылығы, оның қолжетімділігі уақыт және қаржы шығындарын үнемдеудегі Қазақстандық шаруалар үшін бірден-бір басты құрал.

Алтыншыдан, ағын су тапшылығы. Көршілес Өзбекстан мемлекетіндегі мақта шаруашылығының Қазақстанмен салыстырғанда айтарлықтай дамуы және олардың мақта шаруашылығына суды көп пайдалануы Қазақстанға келетін су қорын азайтады. Сондықтан, Өзбекстан мемлекеті Сырдария суының арнасын жауып тастаған уақытта қол қусырып қарап отырмайтындай алыс-жақын шет елдерден қондырғылар пайдалануға болады. Сондай қондырғылардың бірі АҚШ-ғы Техас штатында қазіргі уақытта мақта саласына қолданып отырған «D3030 LEPA Bubbler» қондырғысын қолдануға болады. Бұл қондырғының артықшылығы жер асты суларын турба арқылы жер бетіне шығарып пайдалануға болады.



Сурет- 4. «D3030 LEPA Bubbler» - мақта алқабын суару құралы [9].

Жегіншіден, мақта өсіріп-өндірушілердің білім деңгейін көтеру. Өйткені, білімсіз атқарылған жұмыс, соның ішінде, жаңа сорттар мен инновациялық технологияларды енгізу ісі тиісті тиімділігін бере алмайды. Сондықтан, орталықтардың білім беру жоспарлары мен бағдарламалары өндірушілердің мүдделеріне қарай бағдарландырып, консультанттар, жаттықтырушылар және лекторлар, Қазақ мақта шаруашылығы ғылыми-зерттеу институты ғалымдары мен мақта саласындағы шет ел ғалымдары шақырылып шаруаларға өз білгендерін үйретіп және семинарлар өткізу қажет.

Мақаланы қорытындылай келе, жоғарыда көрсетілген ұсыныстарға қоса шаруаларға субсидияның мөлшерін көбейту қажет. Сонымен қатар, мемлекеттік қабылдау пункттерін көптеп ашып, шикізаттың тоннасын шаруаның межелеген бағасына дейін жеткізу керек. Мақта шаруашылығы мамандары мен мемлекет экономикадағы әр жыл сайынғы өзгермелі жағдайларды ескере отырып, баға мәселесін де ағымдағы жағдайларға байланысты өзгертіп, оған қатаң бақылау керек деп есептейміз. Өйткені, қабылдау бөлімдері шаруаның шығынын ескермей, бағаны өздері белгілейді. Шет елден әкелінетін жаңа инновациялық технологияларды пайдаланып, мол өнім жинап жатқан шаруаларға бір реттік дотация беру қарастырылса да артық етпейді.

Әдебиеттер тізімі:

1. Агитова К, Иманқұлова С, Дөненбаева К, Ботаника//«Мақтаның шығу тарихы» Алматы «Санат»1998, 120-124 б.
2. Шаруа анықтамалығы, №1'2013,
3. http://www.stat.gov.kz/faces/mobileHomePage/mobileHomePage3?_adf.ctrl-state=wvs9gxi8m_25&_afrcLoop=6221321657261609
4. Оңтүстік РАБ газеті, 2016 жыл. Мамыр, Бет: 4-5
5. Djanibekov Nodir; Djanibekov Utkur; Sommer Rolf//Cooperative agricultural production to exploit individual heterogeneity under a delivery target: The case of cotton in Uzbekistan, AGRICULTURAL SYSTEMS Том: 141 Стр.: 1-13
6. <http://www.caravan.kz/news/kitajcy-khotyat-arendovat-zemli-na-yuge-tadzhikistana-334402/>
7. Мақта шикізатын мақта талшығына өңдеудегі технологиялық регламент — 2011 жылы Алматы қаласы «Print-S» баспасында басылып шыққан кітап. Кітап авторы/құрастырушысы — И. Үмбетәев, О. Биғараев, аударған Т. Ильясов. Беттер саны — 146.
8. <https://www.sahibinden.com/tarim-makineleri-pamuk-toplama-makinesi>
9. <http://nelsonirrigation.com/products/family/pivot-sprinklers/d3030-sprayhead>

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АНТИКРИЗИСНЫХ ПРОГРАММ РАЗВИТЫХ И РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

Джумамбаев С.К. – к.э.н., доцент

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Антикризисная программа президента Барака Обамы.

Президент Дж. Буш и его правительство реагировали на разворачивающийся глобальный финансово-экономический кризис весьма энергично. Был разработан обширный комплекс мер в рамках "Плана Полсона", в соответствии с которым были выделены огромные средства, превышающие 700 млрд. долл. Президент Барак Обама продолжил политику предыдущего президента. Акценты при этом были несколько смещены в сторону усиления внимания к большинству населения, оказания помощи малообеспеченным слоям населения.

Суть "Плана Обамы" заключалась в следующем:

1) действия государства, направленные на сокращение уровня безработицы в самые краткие сроки и оживление экономического роста;

2) в "план" входили две составляющие:

- сокращение налогов на рядовых налогоплательщиков с невысоким доходом, при некотором увеличении налоговой нагрузки на высокие доходы;

- масштабные бюджетные инвестиции в экономику;

3) в отличие от Дж. Буша, который направил огромные финансовые ресурсы на оказание помощи крупным банкам и корпорациям, Б. Обама поставил более масштабную цель - оживление всей американской экономики и ее модернизацию в период кризиса, предложил более широкий арсенал средств для всех агентов рынка, малообеспеченных и трудящихся.

Вся эта обширная программа получила название "План американского восстановления и реинвестирования" (American Recovery and Reinvestment Plan) [1]. Он состоял из четырех крупных блоков:

Блок 1. Помощь нуждающимся.

Блок 2. Инфраструктурные проекты.

Блок 3. Налоги.

Блок 4. Закон и порядок.

О масштабе программы можно судить по данным таблицы 1.

Таблица 1 - Финансирование программы "План Обамы", долл.

Социальная сфера		
Образование	Строительство и модернизация, техническое переоснащение начальной и высшей школы	20 млрд.
	Переподготовка учителей, компьютерные и научные лаборатории в классах	1 млрд.
	Увеличение государственных стипендий студентам на 500 долл.	15,6 млрд.
	Поддержка работающих студентов колледжей	490 млн.
	Гранты для детей-инвалидов	13 млрд.
Медицина	Компьютеризация здравоохранения и усовершенствование информационных технологий	20 млрд.
	Профилактика хронических заболеваний, инфекционных болезней, вакцинация	3 млрд.
	Исследования для выявления наиболее эффективных медикаментов	1 млрд.
	Обновление клиник	1 млрд.

Борьба с безработицей	Оплата медпомощи незастрахованным американцам	500 млн.
	Создание до 1 млн рабочих мест для молодежи летом	1,2 млрд.
	Разработка программ для рабочих и молодежи в новых секторах экономики	2,8 млрд.
	Оказание помощи инвалидам в получении работы	500 млн.
	Помощь безработным при поиске работы через службу занятости	500 млн.
	Обеспечение работой пожилых американцев с низким уровнем дохода	120 млн.
	Поддержание программы льгот при растущей безработице	27 млрд.
	Увеличение пособия по безработице с 300 до 400 долл. в месяц	9 млрд.
Другое	Обеспечение беспризорных детей едой и транспортом	66 млн.
	Помощь по уходу за детьми работающим родителям	2 млрд.
	Оказание продовольственной помощи малоимущим	20 млрд.
	Организация передвижных столов для пожилых людей	200 млн.
	Обеспечение школьников бесплатными обедами	726 млн.
	Оказание помощи малоимущим и пожилым гражданам (7,5 млн чел)	4,2 млрд.
Оказание помощи малоимущим семьям в оплате счетов за электроэнергию		1 млрд.
Экономика и производство		
Модернизация энергоносителей		11 млрд.
Модернизация жилья для повышения энергосбережения		2,5 млрд.
Развитие пригородной системы железных дорог и легкого наземного транспорта		1 млрд.
Закупка автобусов и оборудования для увеличения объема пассажиропотока		6 млрд.
Системы водоснабжения и канализации, утилизация отходов в сельской местности		1,5 млрд.
Научно-исследовательские разработки в области сельского хозяйства		209 млн.
Строительство дорог и мостов		30 млрд.
Бизнес		
Поддержка отечественных производителей современных аккумуляторов для автомобилей		2 млрд.
Поддержка отечественного автопрома: замена старых автомобилей федерального правительства на новые		600 млн.
Стимулирование развития беспроводного доступа в Интернет		6 млрд.
Гарантирование кредитов малому бизнесу		430 млн.
Программа для расчистки бывших промышленных объектов, закрытых военных баз для использования их в других целях		400 млн.

Около 70% всех средств антикризисного плана президента Обамы направлены на социальную политику, т.е. поддержку населения в условиях экономических трудностей, порожденных кризисом. Так, были продлены сроки выплаты пособий по безработице до 20 недель. В штатах (34 из 50), в которых особенно высок уровень безработицы (выше 6%), безработные могли получать пособие дополнительные 13 недель. Особое внимание было предусмотрено в отношении обучения молодых людей в возрасте 21-24 лет. Крупные средства были предусмотрены для оказания помощи в оплате медицинских страховок людям, потерявшим работу, и людям с низкими доходами. Муниципальные органы были снабжены специальными продовольственными талонами для обеспечения продовольствием нуждающихся. Увеличена помощь некоторым категориям домовладельцев, выплачивающим ипотечные кредиты, а также предусмотрено строительство жилья для бездомных в ускоренном режиме. Предусмотрено снижение налогов на частных лиц.

Особого внимания заслуживает подход к выбору инфраструктурных проектов для включения в программу. Для этого использовали традиционную оценку состояния 15 видов инфраструктуры США Американского общества гражданских инженеров. Вся американская инфраструктура получила общую оценку D - "двойка". По оценкам Общества, для восстановления и обновления инфраструктуры США требуется затратить 2,2 трлн. долл. в течение 2009-2013 гг.

И так же тщательно разрабатывался каждый блок программы. Следует обратить внимание на содержание блока 4. Так как речь идет об огромных суммах на финансирование программы, важно было обеспечить надлежащий контроль за их расходованием. Для этой цели, во-первых, были увеличены ассигнования на правоохранительные органы; во-вторых, создана особая структура «Совет при Президенте», состоящий из представителей администрации президента, ФРС, региональных банков ФРС, который был наделен большими правами для реального контроля в расходовании средств государственной финансовой помощи.

В целом, в политике президента Б. Обамы можно отметить усиление экономической роли государства и усиление социальных аспектов экономической политики. При этом не стоит забывать, что разработанные планы и программы США в условиях мирового кризиса направлены на укрепление позиции американского государства в современном мире.

В то же время данная программа подвергалась критике. В частности, звучали требования положиться на «волю рынка» и позволить обанкротиться неэффективным финансовым институтам. Антикризисная политика Обамы снизила разрастание кризиса, и даже привела к экономическому росту, но с другой стороны высокий уровень государственных ассигнований увеличил дефицит бюджета, то есть при решении одной проблемы, возникла другая серьезная проблема.

Но необходимо было учитывать следующие обстоятельства. Во-первых, нельзя нанести ущерб роли финансового сектора в обеспечении политической и экономической гегемонии США в мире. Во-вторых, значительное сокращение финансового сектора в структуре экономики США могло привести к снижению уровня конкурентоспособности американского бизнеса. В-третьих, сыграло свою роль влияние финансовой олигархии на американскую политику.

Антикризисные программы других стран имеют много общего с американской программой, но в них присутствуют некоторые особенности, связанные со спецификой их экономического и социального развития.

Антикризисная программа Японии. Политика правительства и японских компаний в условиях кризиса включала две группы мер:

- неотложные меры по противодействию негативным воздействиям внешней среды;
- стратегии, направленные в будущее, определяющие контуры «послекризисного» развития японской экономики и компаний, их место на японском и мировом рынках [2].

Неотложные меры компаний были нацелены на сокращение издержек и минимизацию убытков, стратегии заключались в выборе ключевых рынков на перспективу, упор на дальнейшую зарубежную экспансию.

Выбор перспективных сфер деятельности японские компании связывают, прежде всего, с разработкой, внедрением и выводом на рынок новых высокотехнологичных товаров и услуг, способных удовлетворять новые потребности людей. При этом компании иногда предвосхищают и даже иницируют эти новые потребности. Научно-техническое развитие можно считать главным стратегическим выбором послекризисного развития.

В целом, набор антикризисных мер и стратегий у японских компаний и компаний США примерно одинаков. Специфика состоит в том, что на мировом рынке японские корпорации выступают больше как покупатели активов. В кризис главным для них становится получение синергетического эффекта и, в конечном счете, большей доли рынка.

Что касается эффективности государственной антикризисной политики и общей ситуации в экономике, то следует отметить, что некоторые меры дали свои положительные результаты. Так, например, налоговое стимулирование приобретения экологически безопасных автомобилей помогли автомобилестроительным компаниям улучшить показатели реализации продукции.

Особенности состоят также в том, что в условиях кризиса японские корпорации сохраняли высокий уровень финансирования исследовательской деятельности и выводили на рынок инновационные продукты; уделяли внимание совершенствованию национальной инфраструктуры и развитию системы образования и социального обеспечения. Это наглядно демонстрирует пакет правящей партии от 9 апреля 2009 г. по дополнительному антикризисному финансированию на сумму 15 трлн. йен (150 млрд. долларов) и распределение этой суммы по следующим направлениям:

- 1,9 трлн. – на борьбу с безработицей;
- 3 трлн. – на поддержку национальных компаний;
- 1,6 трлн. – на технологическую модернизацию экономики;
- 2,6 трлн. – на развитие инфраструктуры;
- 1,7 трлн. – на здравоохранение.

В *Евросоюзе* главным источником финансирования инвестиций являются не фондовые рынки, а банки, что и предопределило срочные меры по ликвидации кризиса ликвидности. Евросоюз явился инициатором созыва представителей ведущих экономик мира (G-20) для выработки и координации международных антикризисных мер (ноябрь 2008 г., Вашингтон). А через месяц Евросоюз утвердил План экономического восстановления, который предполагал пакет коллективных и индивидуальных антикризисных программ:

- 1) стимулирование потребительского спроса и доверия;
 - 2) восстановление в долгосрочной перспективе конкурентоспособности стран ЕС и компаний за счет «умных» инвестиций, энергосбережения, исследовательской инфраструктуры НИОКР и др.;
 - 3) снижение Европейским Центральным Банком (ЕЦБ) ставки рефинансирования до 1,25 %.
- Каждая страна предложила свои дополнительные меры по поддержке экономики в условиях кризиса [3].

Антикризисная программа Германии. Акцент был сделан на социальные программы. В том числе предусматривалось сокращение рабочей недели в отдельных отраслях до 30–33 ч. в неделю, «гибкие» графики работы, снижение подоходного налога (с 15 % до 14 %), увеличение пособий для детей, снижение взносов в больничные кассы и на пособия по безработице, единовременные выплаты по разным основаниям. Также уделено внимание государственным инвестициям и мерам поддержки малого и среднего бизнеса.

Антикризисная программа Франции. Для нее были характерны создание инвестиционного фонда для покупки государством миноритарных пакетов предприятий, имеющих стратегическое значение, поддержка крупных инвестиционных проектов, строительство социального жилья, специальное пособие малоимущим. Был разработан отдельный план для автомобильной промышленности. Также были свернуты отдельные реформы либеральной ориентации.

Антикризисные меры Германии и Франции представляли собой сочетание мер из арсенала либеральной и этатистской политики, но отличались «точечными» инновациями институционального, налогового и бюджетного характера.

Антикризисная политика Китая. Глобальный кризис также оказал негативное воздействие на экономику и социальную жизнь Китая по многим направлениям [4]. *Снизилась темпов роста ВВП, замедление темпы роста валютных резервов, росла безработица, снизились доходы населения.* В 2008 г. в стране прошли около 120 тыс. забастовок и других акций протеста.

В китайское правительство проводит энергичную политику «ускоренной нейтрализации» того отрицательного влияния, которое оказывают кризис.

В реализации антикризисной программы основные усилия правительства сосредоточены на следующих направлениях:

1. *Наращивание инвестиций.* Реализация крупных инвестиционных проектов внутри Китая, по мнению руководителей страны, поможет осуществить «мягкую посадку» в условиях кризиса, смягчить его негативные социальные последствия, в том числе и связанные с безработицей.

2. *Повышение внутреннего спроса и розничных продаж населению.* Так, например, осуществление проектов по электрификации китайской деревни, где проживает более 700 млн. человек, позволит реализовать на селе значительное количество произведённых бытовых электроприборов на сумму 1,6 трлн. юаней (230 млрд. дол.).

3. *Стабилизация экспорта и импорта.* Благодаря снижению налога на экспорт эффективно использовать важное конкурентное преимущество Китая, состоящее в производстве и реализации трудоёмкой продукции с низкой себестоимостью.

4. *Обеспечение стабильного развития сельского хозяйства.* Эта сфера экономики связана с продовольственным обеспечением населения, снабжением промышленности сырьём, занятостью 700 млн. крестьян.

5. *Развитие высокотехнологичных отраслей производства.* В Китае формируются новые «точки роста» с упором на поиск новых источников энергии, её экономию и защиту окружающей среды, развитие информационных и телекоммуникационных систем, современного сервиса, производства новых лекарственных препаратов.

6. *Укрепление социальной сферы.* На этом направлении приоритетными проблемами остаются сохранение старых и создание новых рабочих мест, реформирование системы здравоохранения, социального обеспечению и снабжения населения лекарствами.

Также все уволенные с обанкротившихся госпредприятий работники были охвачены общей системой медицинского страхования, на эти цели правительство выделило 42,9 млрд. юаней (6 млрд. дол.).

7. *Совершенствование системы финансовой поддержки экономического развития страны.* Наряду с регулированием спроса и предложения на рынке капиталов, обеспечением кредитами средних и малых предприятий, контролем над сборами налогов и расходованием средств, особое значение придавалось комплексному развитию регионов, способных

Антикризисная политика России. В России обнародовало семь приоритетов антикризисной политики [5]:

1. Социальная защита граждан как главный приоритет, в т.ч. защита от безработицы, индексация пенсий, выполнение обязательств перед гражданами “в полном объеме”.

2. Сохранение промышленного и технологического потенциала экономики России хотя бы на том низком уровне, который есть сейчас.

3. Активизация внутреннего спроса по разным направлениям, за счет импортозамещения, введения определенных преференций для российских товаров по отношению к иностранным.

4. Соответствие антикризисных мер долгосрочным приоритетам развития страны.

5. Снижение административных барьеров для бизнеса, включая противодействие коррупции и развитию малого и среднего бизнеса.

6. Поддержка национальной финансовой системы, включая банки, финансовые рынки и небанковские финансовые организации.

7. Проведение ответственной макроэкономической политики, ориентированной на показатели инфляции.

Приоритетами антикризисной политики стали государственная поддержка банковского сектора, строительство и торговля.

Так, для поддержания финансового сектора Правительством России были предложены следующие меры:

а) выделение российским банкам кредитов на общую сумму 1055 млрд. рублей на срок не менее пяти лет;

б) увеличение срока обращения биржевых облигаций до трех лет;

в) проведение дополнительной эмиссии акций и облигаций отдельных стратегических предприятий с их последующим выкупом уполномоченными организациями.

Антикризисная политика Казахстана. В Казахстане для выхода из кризиса были предприняты активные меры со стороны государственных органов [6]. Уже в ноябре 2007 года в рамках Плана первоочередных действий по обеспечению стабильности социально-экономического развития Республики Казахстан из госбюджета было выделено свыше **4,5 млрд. долл.** (4,2% ВВП). Средства были направлены на *завершение долевого строительства объектов жилья, поддержку малого и среднего бизнеса, развитие агропромышленного комплекса и обеспечение продовольственной безопасности.* В течение 2007-2008 года поэтапно решались проблемы дефицита ликвидности в банковском секторе, в том числе за счет последовательного снижения минимальных резервных требований. Была активизирована работа по минимизации рисков банковского сектора.

В третьем квартале 2008 года был принят Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Казахстан «О государственных закупках», согласно которым для стимулирования внутреннего спроса и поддержки отечественных предприятий государственные закупки были сориентированы преимущественно на казахстанских поставщиков.

В ноябре 2008 года принят План совместных действий Правительства РК, Национального банка РК (ЦБ) и Агентства РК по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций по стабилизации экономики и финансовой системы на 2009-2010 гг.

Его цель — смягчение негативных последствий глобального кризиса на социально-экономическую ситуацию в Казахстане и обеспечение необходимой основы для будущего качественного экономического роста. На реализацию плана по поручению главы государства из средств Национального фонда направлено 10 млрд. долл. Эти средства были распределены следующим образом:

- стабилизация финансового сектора — 4 млрд. долл.;
- развитие жилищного сектора — 3 млрд. долл.;
- поддержка малого и среднего бизнеса — 1 млрд. долл.;
- развитие агропромышленного комплекса — 1 млрд. долл.;
- реализация прорывных инфраструктурных и промышленных проектов — 1 млрд. долл.

В ноябре 2008 было принято постановление по созданию Фонда стрессовых активов (ФСА). С 1 января 2009 года введен новый Налоговый кодекс, в рамках которого предусмотрено существенное снижение налоговой нагрузки, в первую очередь для несырьевого сектора. Для предприятий малого и среднего бизнеса отменяется требование об уплате авансовых платежей по корпоративному подоходному налогу.

Одним из основных направлений реформирования экономики Казахстана стал финансовый сектор. При этом наибольшее развитие получила банковская система. В ходе выполнения Плана по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций по стабилизации экономики и финансовой системы четыре банка получили государственные средства в общей сумме 3,9 млрд. долл.

Дополнительным комплексом мер, направленных на поддержание стабильности социально-экономического развития явилась Дорожная Карта, основные цели которой состояли в обеспечении занятости и недопущении существенного роста уровня безработицы. На реализацию Стратегии региональной занятости и переподготовки кадров только из республиканского бюджета выделено 1 млрд. долл.

В чем же состоят схожесть и различия антикризисных программ разных стран?

Схожесть наблюдается в следующем:

Первым шагом антикризисной политики явилось восстановление ликвидности финансового сектора, для чего не жалеют средств на спасение банков и других финансовых институтов. Происходит постепенное снижение ставки рефинансирования.

Снижение некоторых налогов, но, например, в США это были налоги на потребителей, а в России — на производителей.

Падение спроса страны старались заместить повышением госрасходов. Проблемы социальной сферы во многом схожи. Америка, в отличие, от социально ориентированных стран, мало

ассоциируется с социальным государством. Тем не менее на социальные США тратила огромные деньги – в условиях кризиса больше, чем обычно. То есть США в этот период вели активную социальную политику.

В политике стран имелись и существенные различия, которые состояли в следующем:

Целью антикризисной программы у всех стран была одна – скорейший выход из кризиса, но меры по достижению этой цели у них разнятся.

Соединённые Штаты старались решать проблемы своей экономики за счёт всего мира – иностранных инвестиций и денежных вливаний в экономику, а также в своих действиях опираясь на международные экономические организации – МВФ, ВБ и ВТО. Другие страны пытаются решать проблемы, возникшие из-за кризиса, в основном за счёт внутренних резервов.

Антикризисная политика США сильно ориентирована на поощрение спроса, особенно потребительского. А, например, в России в первую очередь стараются поддержать бизнес, через помощь системообразующим компаниям.

Различия в антикризисной политике разных стран обуславливаются также исторически сложившимися социально экономическими моделями: либеральный капитализм в США или государственный капитализм в России. Основой либерального капитализма является потребительский спрос и всяческое его стимулирование. А в модели государственного капитализма крупный бизнес является партнёром государства.

Таким образом, в США и остальных странах антикризисные программы отмечены также своеобразием и дают неодинаковый экономический эффект. В составленных автором таблицах 2,3,4 и 5 представлены результаты антикризисной политики в этих странах на основе сравнения основных макроэкономических индикаторов (ВВП, инфляция, безработица) с 2007 г. по 2015 г. [7].

Таблица 2 – ВВП, млрд.долл. США

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Мир в целом					70160.0	71620.0	73870.0	74160.0	76384.8
США	14028,7	14291.6	13938.9	14526.6	15060.0	15650.0	16720.0	17420.0	17970.0
Япония	4378.0	4879.8	5033.0	5458.8	5855.0	5984.0	5007.0	4770.0	4127.0
Европейский союз			14851.0	16070.0	17690.0	16190.0	17030.0	18140.0	16270.0
Германия	3328.6	3640.7	3307.2	3286.5	3629.0	3367.0	3593.0	3820.0	3371.0
Франция	2587.2	2842.5	2631.9	2562.7	2808.0	2580.0	2739.0	2902.0	2423.0
Китай	3494.2	4520.0	4990.5	5878.3	6989.0	8250.0	8939.0	10360.0	11380.0
Россия	1299.7	1660.8	1222.0	1479.8	1885.0	1954.0	2113.0	2057.0	1236.0
Казахстан	103,1	135,2	115,3	148,0	180,1	200,6	224,9	225,6	195,0

Таблица 3 – Темпы роста ВВП, в процентах

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Мир в целом	5,2	3,1	-0,8	5,1	3,8	3,1	3,3	3,5	3,0
США	1,9	-0,3	-3,5	2,4	1,8	2,3	1,5	2,4	2,6
Япония	2,4	-1,2	-6,3	4,5	-0,6	1,5	0,8	1,6	0,6
Европейский союз	3,0	0,8	-4,1	2,1	1,7	-0,3	0,2	1,4	1,8
Германия	3,4	0,8	-5,1	3,7	3,4	0,9	0,4	1,6	1,5
Франция	2,2	-0,2	-2,6	1,7	2,0	0,3	0,7	0,2	1,2
Китай	14,2	9,6	9,2	10,4	9,3	7,7	7,7	7,3	6,8
Россия	8,5	5,2	-7,8	4,3	4,3	3,4	1,3	0,6	-3,9
Казахстан	8,9	3,2	1,2	7,3	7,5	5,0	6,0	4,3	1,5

Таблица 4 – Инфляция, в процентах

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
США	2,9	3,8	-0,3	1,6	3,1	2,1	1,5	1,6	0,2
Япония	0,0	1,4	-1,4	-0,7	-0,3	0,0	0,4	2,7	0,7
Германия	2,3	2,8	0,2	1,1	2,3	2,1	1,6	0,8	0,2
Франция	1,6	3,2	0,1	1,7	2,3	2,2	1,0	0,6	0,1
Китай	4,8	5,9	-0,7	3,2	5,4	2,6	2,6	2,0	1,5
Россия	9,0	14,1	11,7	6,9	8,4	5,1	6,8	7,8	15,4
Казахстан	10,8	17,2	7,4	7,1	8,3	5,1	5,8	6,6	5,3

Таблица 5 – Безработица, в процентах

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
США	4,6	5,8	9,3	9,6	9,0	8,1	7,4	6,2	5,2
Япония	3,8	4,0	5,1	5,0	4,6	4,4	4,0	3,6	3,3
Германия	8,8	7,6	7,7	7,1	7,1	5,5	5,3	5,0	4,8
Франция	8,4	7,8	9,5	9,3	9,2	9,8	9,9	9,9	9,9
Китай	4,0	4,2	4,3	4,1	6,5	6,5	4,1	4,1	4,2
Россия	6,1	6,4	8,4	7,5	6,6	5,5	5,5	5,2	5,4
Казахстан	7,3	6,6	6,6	5,8	5,4	5,3	5,2	5,0	5,0

Как видно из данных таблиц 2-5, США первые вошли в кризис и первыми вышли из него, что свидетельствует о высокой эффективности их антикризисной программы. Евросоюз не допустил коллапса, вышел на траекторию экономического роста, но темпы роста остаются невысокими.

Безработица в США имела неуклонную тенденцию к неуклонному снижению. В 2015 г. безработица снизилась до 5,2%. Во Франции безработица остается довольно высокой (за анализируемый период она не опускалась ниже 9,2%). К тому же в этой стране доля безработных среди молодежи в 2 раза выше, чем в среднем по стране и по остальным возрастным группам.

США является страной с низкой инфляцией на протяжении многих лет, десятилетий. В странах Евросоюза инфляция вызывает всегда тревогу, так как она не должна выходить за границы Пакта стабильности (1– 2 %).

Хроническими «болезнями» этих стран можно назвать бюджетные дефициты. Можно напомнить критерии Пакта стабильности: по дефициту бюджета – не более 3 % ВВП, по государственному долгу – не более 60 % ВВП. Ряд стран Евросоюза с точки зрения дефицита госбюджета и государственного долга являются «проблемными».

Россия и Казахстан втянуты в очередной экономический кризис из-за односторонней сырьевой ориентации своей экономики. Уроки глобального кризиса 2008-2009 гг. могут послужить основой для разработки действенных мер по минимизации последствий нынешнего кризиса.

Список литературы:

1. American Recovery and Reinvestment Act of 2009. - <https://www.congress.gov/bill/111th-congress/house-bill/1/text>
2. Тимонина И.Л. Япония: правительство и компании в борьбе с кризисом. – Мировое и национальное хозяйство, 2010, № 1 (12).
3. Мировой опыт антикризисной политики: Уроки для России / Отв. ред. – С.А.Афонцев, Н.И.Иванова, И.С.Королев. – М.: ИМЭМО РАН, 2009. – 197 с.
4. Кокарев К.А. Об антикризисной политике Китая. - http://www.perspektivy.info/book/ob_antikrizisnoj_politike_kitaja_2009-12-08.html.
5. Программа антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2009 год. - <https://rg.ru/2009/03/20/programma-antikrisis-dok.html>.
6. - <http://ru.government.kz/ru/programmy.html>.
7. - <http://www.ereport.ru/graph/gdpworld.html>.

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Джулаева А.М. – к.э.н., доцент

Тумбай Ж.О. – к.э.н., доцент

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

*«Горючее двигателя нашей промышленности —
это добрая старая конкуренция...*

*Если мы не можем конкурировать по ценам,
мы будем конкурировать по качеству».*

Акио Морита,
основатель корпорации «Сони»

В условиях роста кризисных явлений рыночной экономики необходимо уделять первоочередное внимание проблемам качества. Среди многочисленных компонентов конкурентоспособности качество продукции играет определяющую роль, т.к. обеспечивает завоевание доверия к продукции у потребителя, и увеличивает объем продаж. Управление качеством выступает основным средством достижения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность любой организации, независимо от формы ее собственности и размеров, зависит в первую очередь от качества ее продукции и соизмеримости цены этой продукции с предлагаемым качеством, т. е. от того, в какой степени продукция предприятия удовлетворяет запросам потребителя.

Однако со временем для поддержания своего конкурентного статуса организациям уже было недостаточно доказательств того, что организованный ими процесс производства продукции способен обеспечить оговоренный уровень качества. Этому способствовало дальнейшее ужесточение конкуренции, направление развития которой во многом было предопределено новой методологией управления качеством продукции и услуг.

Современный этап развития методологии качества охватывает не только проблемы качества продукции и услуг, но и качество самого управления, которое непосредственно отвечает за процесс формирования соответствующего уровня качества продукции.

Следствием этого являются получившие широкое распространение системы менеджмента качества (СМК), которые, как правило, становятся управляющей подсистемой любого производства, охватывая все стадии деятельности предприятия. Сами международные стандарты МС ИСО серии 9000 имеют статус формализованной концентрации методологии Всеобщего управления качеством (TQM). Развитие МС ИСО серии 9000 происходит довольно динамично. Благодаря этому методологическая терминология TQM обогащается категориями, применение и исследование которых ранее практически не осуществлялось в рамках данной методологии. Одной из таких категорий является эффективность и результативность СМК. В последней версии МС ИСО серии 9000, на которых строится большинство сертифицированных СМК в мире, одним из основных инструментов совершенствования деятельности организации в области качества является измерение эффективности и результативности действующей СМК.

Система менеджмента качества - это система, созданная на предприятии для постоянного формирования политики и целей в области качества, а так же для достижения этих целей с целью постоянного улучшения качества выпускаемой продукции или оказываемых услуг.

СМК призвана обеспечивать качество продукции или услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей (заказчиков). При этом ее главная задача - не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака (плохому качеству продукции или услуг).

СМК является частью системы менеджмента организации, направленной на удовлетворение потребностей, ожиданий и требований заинтересованных сторон для достижения результатов в соответствии с целями в области качества. Цели в области качества дополняют другие цели организации, связанные с развитием, финансированием, рентабельностью, окружающей средой, охраной труда и безопасностью. Различные части системы менеджмента организации могут интегрированы вместе с системой менеджмента качества в единую систему менеджмента, использующие общие элементы. Это может облегчить планирование, выделение ресурсов, определение дополнительных целей и оценку общей эффективности организации.

Управление качеством является активно развивающейся теоретической управленческой дисциплиной и крайне актуальной практической областью деятельности.

Управление качеством - это система методов, средств и видов деятельности, которые направлены на установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня качества.

Рыночная экономика предъявляет особые требования к качеству выпускаемой продукции, поскольку оно обеспечивает ее конкурентоспособность. Качество - это совокупность потребительских свойств и характеристик продукции (услуги), придающих ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Качество продукции объединяет всю цепочку от производителя до потребителя продукции и проходит красной нитью через жизненный цикл продукции.

Поэтому необходимо рассматривать качество как комплексную категорию, совокупно отражающей технико-экономические, социальные, экологические, интеллектуальные, менеджерские (управленческие) и другие аспекты всех стадий жизненного цикла.

Качество продукции в значительной степени влияет на уровень таких показателей деятельности предприятия, как себестоимость, цена продукции, прибыль, рентабельность, а также конкурентоспособность продукции и предприятия и т.д.

Значение повышения качества продукции для экономики предприятия заключается в том, что оно позитивно сказывается на эффективности использования производственных ресурсов, эффективности функционирования предприятия, а также адаптивности предприятия к изменяющимся условиям внешней экономической среды, активизирует процесс поиска и внедрения инноваций в производство.

Повышение качества продукции на макроуровне способствует формированию экспортного потенциала, усиливающего экономическую независимость государства, а, следовательно, и его безопасность. Кроме того, качество выступает катализатором ускорения научно-технического прогресса, роста благосостояния общества и т.д. Поэтому на государственном уровне проводится политика стимулирования повышения качества продукции, выпускаемой национальными предприятиями, а также политика обеспечения конкурентоспособности продукции как условия достижения устойчивого экономического развития национальной экономики.

Качество продукции согласно Международному стандарту ISO-9000 - это совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Показатель качества продукции - это количественная оценка одного или нескольких свойств продукции. Основные показатели качества продукции отражены в стандартах (международных, национальных, отраслевых) предприятий и технических условиях.

Главная цель системы управления качеством - обеспечение высокого качества и конкурентоспособности продукции, выпускаемой тем или иным предприятием, на основе всемерного использования научно-технических, производственных и социально-экономических возможностей в интересах повышения эффективности производства, наиболее полного удовлетворения потребностей населения. Главная цель системы распадается на многочисленные подцели и задачи по стадиям жизненного цикла продукции, по показателям, характеризующим повышение качества основных факторов и процессов.

Необходимость системного подхода к управлению качеством продукции вытекает из многообразия и взаимосвязанности внешних и внутренних факторов и условий, влияющих на качество, из непрерывности его формирования и обеспечения на всем протяжении жизненного цикла, из участия в этом процессе всех элементов сферы производства и эксплуатации или потребления. Комплексное управление качеством является современной формой менеджмента - системы управления предприятием в условиях рынка, ориентированной на достижение коммерческого успеха посредством производства продукции требуемого уровня качества.

Условно выделяют две группы основных задач системы управления качеством продукции.

Первая группа включает задачи, которые непосредственно связаны с главной целью системы:

- разработка и освоение в заданные сроки новой продукции, соответствующей высшим мировым достижениям;

- увеличение выпуска высококачественной продукции;

- своевременное снятие с производства, модернизация или замена морально устаревшей продукции; доведение уровня качества изделий до экономически оптимального, обеспечивающего снижение себестоимости, экономное и рациональное использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов;

- расширение ассортимента товаров, пользующихся повышенным спросом у потребителя;

- повышение конкурентоспособности продукции на внешнем и внутреннем рынках.

Вторая группа задач включает задачи - средства, направленные на повышение качества процессов создания и изготовления продукции, совершенствование организационных и экономических методов управления качеством:

- формирование и выполнение программ повышения качества и конкурентоспособности продукции;

- улучшение качества изготовления продукции, повышение производственной и технологической дисциплины, соблюдение требований технической документации;

- повышение организационно-технического уровня производства, обеспечение широкого внедрения прогрессивной технологии;

- мобилизация трудовых коллективов на выполнение планов и программ повышения качества;

- совершенствование метрологического обеспечения производства, работы испытательных подразделений, служб стандартизации и технического контроля, методического и информационного обеспечения управления качеством;

- улучшение порядка учета, оценки и анализа уровня качества продукции, развитие экономических методов управления качеством и всей системы в целом;

- обобщение и распространение передового опыта в области повышения качества продукции.

Для управления качеством продукции и его повышением необходимо оценить уровень качества. Оценка уровня и качества продукции является основой для выработки необходимых управляющих воздействий в системе управления качеством продукции.

Целью оценки обуславливается: какие показатели качества следует выбирать для рассмотрения, какими методами и с какой точностью определять их значения, какие средства для этого потребуются, как обработать и в какой форме представить результаты оценки.

Свойства продукции могут быть охарактеризованы количественно и качественно. Качественные характеристики - это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Квалиметрия – это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания и эксплуатации или потребления, называется показателем качества продукции.

В условиях конкурентной борьбы предприятия смогут успешно развиваться, внедряя системное управление качеством продукции. В настоящее время растущая требовательность к улучшению качества изделий - одна из характерных черт развития мирового рынка.

Начиная с 2001 года в Республике Казахстан начала активизироваться деятельность предприятий и организаций по разработке и внедрению современных систем менеджмента.. В качестве государственных стандартов Республики Казахстан приняты международные стандарты системы менеджмента: ISO серии 9000, экологические стандарты ISO серии 14000, стандарты безопасности и гигиены труда OHSAS 18001, стандарты социальной ответственности SA 8000, стандарты систем менеджмента безопасности пищевой продукции ISO серии 22000, аудиту СМК и экологическому менеджменту - ISO 19011 и другие. Вместе с тем, достигнутые в Казахстане успехи в разработке и внедрении систем менеджмента не должны создавать иллюзий, особенно по поводу внедрения СМК на предприятиях малого и среднего бизнеса, которые не хотят тратить довольно большие средства на развитие управления и совершенствование качества продукции. Проблема внедрения систем качества становится ключевой для казахстанских предприятий, если их целью является выход на международный рынок и установление долгосрочных отношений с зарубежными партнерами.. В условиях кризисных процессов на достижение качества должны быть нацелены все службы. Ключевую роль в повышении качества играют требования потребителей, информация о неисправностях, просчетах и ошибках, оценки потребителей.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҚЫЗМЕТІН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ

Елтай А.М. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазіргі әлемде кез келген мемлекет өндірістің ғылыми-техникалық және технологиялық деңгейін жоғарылату мәселесімен бетпе-бет келуі айдан анық. Елдің ғылыми-техникалық әлеуеті оның өндірістік-экономикалық әлеуетінің сипатты көрсеткіші болып табылады. Инновациялық ғылыми зерттеулердің білім беру мен іргелі ғылымды дамытумен байланысты жақтарын реттеуде мемлекеттің ролі ерекше. Экономикасы дамыған елдерде іргелі ғылыми зерттеулердің негізгі жартысынан астамын мемлекет қаржыландырады. Инновациялық қызметті жүргізу үшін едәуір инвестициялардың қажеттілігі оны инновациялық-инвестициялық қызметке айналдырады, яғни өзінің мәні бойынша кез келген инновациялық жоба сонымен бірге инвестициялық болып шығады.

Нарықтық реформаларды атқару кезінде Қазақстан Республикасы индустриалды-инновациялық даму стратегиясын қабылдаған болатын. Стратегия Қазақстанның мемлекеттік экономикалық саясатын қалыптастырады және экономика салаларын диверсификациялау және дамудың шикізаттық бағытынан арылу жолымен ел дамуын орнықтыруды көздейді. Стратегия бойынша мемлекеттік ғылыми және инновациялық саясат жүргізілуі керек. Ғылым мен инновацияны ынталандыру үшін қаржы нарығын одан әрі дамытып, фискалдық, антимонополдық, инфрақұрылымдық саясатты жетілдіру қажет.

Әлемдік экономиканың жаһандануы жағдайында Қазақстан экономикасында бірқатар мәселелер туындады: шикізаттық бағдарлану, әлемдік экономикамен шамалы ғана интеграция, ел ішілік, салааралық, өңіраралық әлсіз экономикалық интеграция, ішкі нарықтағы тауарлар мен қызмет көрсетулерге тұтынушылық сұраныстың төмендігі, өндірістік және әлеуметтік инфрақұрылымның нашар дамуы, кәсіпорындардың жалпы техникалық және технологиялық артта қалуы, ғылым мен өндіріс арасындағы байланыстың болмауы, ғылыми-зерттеу және ізденіс-тәжірибелік жұмыстарға қаржы-қаражаттың жетіспеуі, менеджменттің экономиканың жаһандануы үдерісіне және сервистік-технологиялық шаруашылыққа өтуіне сәйкессіздігі.

Елбасының 2010 жылғы Қазақстан халқына жолдауында перспективалық инвестициялық жобаларды қаржыландыру және іске асыруға аса мән беру керектігін көрсетті. Өрараптандыру жөніндегі жоспарларды іске асыру үшін бір ғана мемлекеттік ресурстар жеткіліксіз, оның негізгі көзі тікелей шетелдік инвестициялар [1]. Еліміздің экономикасы ішкі рынокқа бағыт ұстай отырып, өрараптандырылу үстінде. Өрараптандырудың дамуына ішкі сұраныстың артуы жақсы негіз болуда. Технологиялар трансферті, копирайт (көшірме өндірісі), франчайзинг, лизинг, аутсорсинг қазіргі күні неғұрлым сұранысқа ие болып отыр. Жаңа индустриялық саясаттың проблемалары мен міндеттері – мұқият талдау және қазақстандық өнімдерді әлемдік өндіріс тізбегіне қосудың нақты мүмкіндіктерін анықтау. Бүкіл әлем осындай бағытпен дамуда.

Жаңа өнімдерді игеруге бейімділік керек, бұрынғы өндірісті жеделдетіп жаңғыртуымыз да қажет. Кәсіпорынның ыңғайлылығы мен икемділігі, еңбек ұжымының инновациялық дүниелерді игеруге деген әзірлігі өндірісті жеделдете дамытудың шешуші факторларының бірі болып табылады.

Экономиканы белсенді түрде өрараптандыру ұлттық экономиканың өзін-өзі ақтау, өзін-өзі қамтамасыз ету деңгейін көтеріп, оның көлемін ұлғайтады. Мұндай жағдайда сыртқы факторлар алдындағы бағыныштылығымызда төмендей түседі. Сондықтан бұл бағытты барынша қолдау қажет.

Келешекте ғылым мен білімнің университеттерде ұштасуына қолдау көрсетілмек. Бұрын базасы мықты, ғылыми әлеуеті ұшан-теңіз жоғары оқу орындары негізгі саламыз білім беру деген десек, ендігі жерде зерттеу жұмыстарымен де айналысуға мүмкіндік туып отыр. Әлемдегі өркениетті елдер АҚШ, Германия, Жапония, Ұлыбританияда біздегідей классикалық университеттер бұрыннан қалыптасқан. Енді сондай үрдіс бізде де бірте-бірте орын ала беретін болады. Алдағы уақыттарда университетті бітіріп, магистр, доктор PhD атағын алғандар тікелей ғылыми-зерттеу жұмыстарымен айналысуға толық мүмкіндік алатын болады. Бұл ғылыми модель заман талабынан туып отыр. Енді осыны жүзеге асырып, нәтижесін ел дамуына жұмсау басты міндет болып саналады.

Әсіресе, бүкіл дүниедегі университеттік ғылымның озық үрдісі, білімді интеграциялаудағы дағдылы дәстүр жаңа техника мен технологияның қолданысқа енуіне мол мүмкіндік туғызары сөзсіз. Бұл істе жан-жақты болу, кәсіптік оқуды ғылыми зерттеу жұмыстарымен ұштастыру істің тиянақты шешілуіне жол ашады. Ал, осы университеттік ғылымның үздіксіздігі зерттеу ауқымдарының көлемді болуына, тыңғылықты аяқталып, өз нәтижесін бертініне септігін тигізері күмәнсіз. Яғни, жоғары білім беруді ғылым, өндіріс пен нарықтың жылдам өзгеріп жатқан ахуалына бейімделген кәсіби мамандар даярлауға мүмкіндік беретін ұлттық моделін құруға негізделген стратегиялық басымдықтардың айқындалынуы туындайды.

Елімізде білім мен ғылым салаларын интеграциялауда іргелі университеттер мен ғылыми-зерттеу институттарды байланыстыратын ғылымның қайнар көзі болып табылады. Алдағы уақытта ғылыми жобаларды қаржыландыру, халықаралық сараптау мен экономикалық талаптарға байланысты кезең-кезеңмен дамытылатын Қазақстандағы жаңа тиімді ғылыми жүйені жүзеге асыруда академияның ғылым саласын дамытуға қандай үлес қосып, қандай қызмет атқармақ, болашағымыз қандай болуы керектігі жөніндегі міндеттерімізді айқындап берері сөзсіз. Ал Ұлттық ғылым академиясы, Қазақстанның кәсіби ғалымдар қауымдастығы ретіндегі құрылымы, ол ғылыми бағдарламалар мен жобаларды сараптауда, бұл еңбектердің әр қырынан бағаланылуына мүмкіндік береді [2].

Қазіргі экономикалық дамудың негізгі сипаттамаларының бірі озық ғылыми-технологиялық әзірлемелердің негізінде белгілі бір уақыт кезеңінде жасалған технологияларды кезең-кезеңімен ауыстыру процесімен байланысты оның әркелкі сипаты болып табылады. Технологиялық құрылымдардың ауысуы сәтінде алдындағы кезеңде көш басында болған елдер капиталдың құнсыздануына және бұрынғы өндірістерде істеген қызметкерлердің біліктілігінен айырылуына тап болады. Жаңа өндірістік-технологиялық жүйені қалыптастыруда жетістіктерге қол жеткізіп үлгерген елдер дәстүрлі жұмсау салаларынан сырғып бара жатқан капиталды тарту орталықтарына айналады.

Стратегия индустриядан кейінгі дамудың перспективасы бағаттарында ғылыми-техникалық, инновациялық және өндірістік әлеуетті ұлғайтуға бағытталған, ол болашақта қағидатты бәсекелестік артықшылықтарды алуға жәрдемдесуге тиіс.

Негізгі бағыттар мыналар:

1. Жоғары технологиялы өндіріс қалыптастыруға, оның ішінде шетелдік те, салааралық та технологиялар трансфертінің тиімді жүйесіне жәрдемдесу.

2. Жоғары ғылыми-технологиялық әлеуеті бар ғылыми-техникалық және өнеркәсіптік ұйымдар мен кәсіпорындар желісі бар қалаларда қазіргі заманғы ғылыми және инновациялық инфрақұрылым жасап, оның қазіргі заманғы элементтерінің қызметін (технопарктер, ұлттық ғылыми орталықтар, ғылыми-технологиялық аймақтар және с.с.) қолдау.

3. Индустриядан кейінгі экономика тұрғысынан алғанда озық салаларды дамытуда қазіргі ғылыми-техникалық әлеует салаларын пайдалану.

Қазақстан қазірдің өзінде мына салаарадағы әзірлемелер негізінде ғылымды көп қажет ететін өндірістерді дамыту үшін бергілі бір ғылыми базаға ие, оның ішінде:

- биотехнологиялар (ауыл шаруашылығы дақылдарының жаңа сорттары мен жануарлардың генотиптері, бактериялар штамдары және басқалары);

- ядролық технологиялар;

- ғарыштық технологиялар;

- жаңа материалдар, химиялық және басқаларды жасау.

4. Қазіргі заманғы ғылыми-технологиялық бағыттардың;

- жаңа материалдар мен химиялық технологиялар;

- ақпараттық технологиялар салаларына зерттеулер жүргізу үшін қажетті жағдай жасау.

5. Ғылыми-техникалық және өндірістік ұйымдар мен кәсіпорындардың инновациялық қызметін ынталандыруға, ғылым мен инновациялар салаларында инвестициялар тартуға, өнеркәсіп пен қызмет көрсету саласына инновациялардың жылдамырақ енуіне бағытталған заң шығару базасын жетілдіру [3].

Ғылыми жобаларды жаңаша қаржыландыру механизмдері енгізілуіне байланысты бұған дейін басшылыққа алынып келген «Мемлекеттік сатып алу туралы» заңына өзгерістер енгізілуі дұрыс. Ғылым саласының дамуына көптеген жағдайда нормативтік-құқықтық базадағы қайшылықтар кері әсер етіп отырғаны көпшілік қауымға аян. Мұнда, мемлекет пен университеттер мен өндіріс арасындағы ықпалдастықты ретке келтіру аясында заңнамалық базаны толықтыру қажеттігі туындайды. Әсіресе, меншік формалары, зияткерлік құқық, ғылыми жобаларды коммерциялауға қатысты құқықтық тұрғыдан мәселелер де шешімін табуы керек етіп отырғаны рас.

Сондай-ақ Қазақстанның жемісті жетістіктерін мақсатты түрде насихаттау, тәуелсіздіктің арқасында ие болған құндылықтарымызды бағалау, еліміздің әлемдік деңгейдегі рөлін асқақтату бағытында, экономикалық жағынан алған асуларымызды халықтың санасына ұялатудағы гуманитарлық институттардың алар орнын саралап алудың өзінде кәдімгідей міндеттердің жүгі жатыр. Бұл міндеттерді осы саланың мамандарының түсіністік тұрғысынан қабыл алары дұрыс.

Еліміздің қазіргі даму кезеңінде ғалымдар алдына әлемдік рынокта бәсекеге қабілетті, өтімділігі жоғары төл өнімдерді өндіруге, жаңа үлгідегі технологиялық өндірістерді құруға бағытталған міндеттер қойылғаны белгілі. Бұл ретте ғылымдағы зерттеулерді халықаралық стандарттар деңгейіне көтеруге және оларды өндіріспен байланыстырып іске асыруға қолдау - қамқорлығы осы саладағы іске тың серпін берумен бірге қазақстандық ғалымдарға жүктелген үлкен жауапкершілік деп білеміз. Яғни, ғылымы дамыған, озық технологиялармен қамтамасыз етілген мемлекет әлемдік ғылым-білім кеңістігіне еркін енетінін ескерсек, еліміздің ғылымын жан-жақты дамытуға үлес қосу – барша ғалымдардың ортақ ісі.

Қазіргі жаһандану жағдайында алдыңғы қатарлы іргелі ғылымы, озық технологиясы бар мемлекеттер ғана әлемдегі дамыған елдер қатарына кіре алады. Сондықтан ғылымның, техниканың дамуының басым бағыттарынан үлкен стратегиялық мәні бар ғылыми-техникалық кешендер іске асырылуы қажет.

Әдебиеттер тізімі:

1. «ЖАҢА ОНЖЫЛДЫҚ – ЖАҢА ЭКОНОМИКАЛЫҚ. ӨРЛЕУ – ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖАҢА МҮМКІНДІКТЕРІ» Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2010 жылғы 29 қаңтар.
2. Бердалиев К. Қазақстан экономикасын басқару негіздері /К. Бердалиев. - Алматы : Экономика, 2012.
3. «Отандық және шетел тәжірибесіндегі индустриалды - инновациялық даму стратегиясы» - Еслямова М. Т.

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУ БАҒЫТЫНДАҒЫ КӘСІПОРЫН ПЕРСОНАЛЫН БАСҚАРУ СТРАТЕГИЯСЫ

Есенжігітова Р.Ғ. – аға оқытушысы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Персонал кез келген, оның ішінде инновациялық даму бағытындағы кәсіпорынның маңызды ресурстарының бірі болып табылады. Инновациялық кәсіпорынның негізгі қызметі өнімдік және үдерістік инновацияларды әзірлеу және енгізуге, өзінің инновациялық және технологиялық базасын үнемі жетілдіріп отыруға, сонымен қатар білім қалыптастыру мен таратуға, қызметкерлерінің негізгі кәсіби және шығармашылық дағдыларын үнемі жетілдіріп отыруға бағытталған.

Инновациялық кәсіпорынның персоналын басқарудың өзіне тән ерекшеліктері бар, атап айтқанда, басқарудың ерекше түрі, бойында белгілі кәсіби және шығармашылық қабілеті бар, жоғары білікті қызметкерлерді тартатын, әрбір қызметкерге тұлға ретінде жоғары талап қойылатын

кадрларды іріктеудің ерекше жүйесі, дәстүрлі ұйымдарда сирек кездесетін, инновацияларды жүзеге асыруға жауапты қызметкерлердің жекелеген санаттарының, ұйымның корпоративтік мәдениетінің болуы[1].

Қазіргі инновациялық экономика жағдайында персоналдың білімін жаңарту, білім деңгейін, құзіретін арттыру кәсіпорынның қызмет ету тиімділігін арттырудың маңызды факторы болып табылады. Сондықтан интеллектуалды ресурстарды басқару стратегиясын жасақтау мен жүзеге асыру инновациялық даму бағытындағы кәсіпорынның жалпы бәсекелестік стратегиясының қалыптасуы мен іске асырылу жүйесінің негізін құрайды. Кәсіпорынның интеллектуалдық ресурстарын басқару стратегиясын құру тұжырымдамасы постиндустриалды экономикада кәсіпорын персоналы шешуші факторлар қатарына жатады деген ережеге негізделеді.

Персоналды басқару стратегиясы кәсіпорынның бәсекелестік артықшылығын қамтамасыз ету мақсатында персоналды басқару мен дамыту тұжырымдамасын іске асыру бойынша ұзақ мерзімді жоспарлар мен іс-шаралардың жиынтығын білдіреді.

Персоналды басқару стратегиясын жасақтау келесі элементтерден тұрады:

- 1) персоналды басқару стратегиясын қалыптастыру мерзімін белгілеу;
- 2) кәсіпорынның персоналға қажеттілігін есептеу және болашақ құрылымын анықтау;
- 3) қызметкерлерді жалдауға кететін бюджет шығындарын анықтау;
- 4) персоналды оқытуға және қайта білімін көтеруге кететін бюджет шығындарын жоспарлау[2].

Персоналды басқару стратегиясын қалыптастыру мерзімін белгілеу төмендегілерге байланысты:

- кәсіпорын қызметінің стратегиялық мақсаттарына;
- кәсіпорынның болашақта өндіретін өнім көлемінің, қызмет көрсету аясының ұлғаюына;
- еңбек ресурстары нарығының, білім, технология нарығының және басқа да факторлардың даму тенденциясына.

Кәсіпорынның персоналға қажеттілігін есептеу және болашақ құрылымын анықтау мыналарды ескере отырып жасалады:

- өндірілетін өнім мен көрсетілетін қызметтерге сұранысты болжау негізінде;
- технологиялық үрдістерде жоғарытехнологиялық жабдықтарды қолдану мүмкіндігіне;
- қызметкерлердің жас құрылымына;
- қызмет айналымына.

Қызметкерлерді жалдауға кететін бюджет шығындарын анықтау қызмет айналымын ескере отырып, персоналдың болашақ құрылымы мен қажеттілігі негізінде жасалады.

Персоналды оқытуға және қайта білімін көтеруге кететін бюджет шығындарын жоспарлау персоналдың болашақ құрылымы мен қажеттілігі негізінде жасалады[2].

Осы стратегияны қалыптастыру мен іске асыру шеңберінде персоналды (адами ресурстарды) басқару экстенсивті (сандық) және интенсивті (сапалық) даму тұрғысынан қарастырылады. Экстенсивті даму стратегияға кәсіпорын қызметінің мақсаттарын орындауға қажетті, бойында қойылатын талаптарға сай білімі, қабілеті, белгілі бір дағдысы мен тәжірибесі бар қызметкерлер санын іріктеудің әдіс-тәсілдерін енгізуді ұйғарады.

Интенсивті бағыт персоналдың сапалық тұрғыдан дамуын сипаттайды. Персоналды интенсивті жолмен дамыту тәсілдері адамның бойындағы жасырын жатқан қабілетті дамыту, әлеуетті мүмкіндіктерін іске асыруға жағдай жасау, еңбекті ұйымдастыру сапасын арттырумен байланысты болады.

Басқару стратегиясында интенсивті дамыту бағыты көптеген кең ауқымды оқыту әдістері мен біліктілікті арттыру бағдарламаларын қолдану арқылы персоналды келесідей бағыттарда дамытуды көздейді, атап айтқанда, жеке даму жоспары арқылы жеке бағытта дамыту, кәсіпорынның қажеттіліктеріне сай дамыту, еңбек етудің жаңа жағдайларына байланысты дамыту, сонымен қатар персоналдың бойына өзге де қасиеттерді дарыту мақсатында дамыту және т.с.с.

Қазіргі «ресурстар экономикасының» орнына келген «білім экономикасына» персоналды дамытудың мүлдем жаңа жолы тән.



Сурет-1. Персоналды басқару стратегиясын кәсіпорынның интеллектуалдық ресурстарын сапалы жетілдіру тұрғысынан қалыптастыру[2].

Ол персоналды дамытудың жаңа әдістерін (кейс әдісі, тренингтер, іскерлік ойындар, презентациялар, жобалық жұмыстар, тағылымдама) қолдануды, стандартты емес тапсырмаларды орындауға бағдарланған жобалық командаларды қалыптастыруды ұйғаратын инновациялық жол (сурет 1).

Адами ресурстарды сапалық жағынан жетілдіруге негізделген басқару стратегиясы шеңберінде персоналды ынталандыру жүйесі де құрылады және осы жүйенің жұмыс жасау үрдісіне үнемі мониторинг жүргізіледі. Персоналды ынталандыру механизмін әзірлеу барысында оның экономикалық, мәжбүрлеу және әлеуметтік ынталандырулармен үйлесімді болғаны ескеріледі. Нарықтық экономика жағдайында экономикалық ынталандыру осы механизмнің маңызды элементі болып табылады. Сондықтан экономикалық ынталандыру персоналдың еңбек сапасы мен қарқындылығы үшін әртүрлі үстемақылар белгілейтін ереже түрінде қалыптастырылады.

Жоғарыда аталып өткен инновациялық ұйымдардағы персоналды басқаруға тән ерекшеліктер еңбекті ынталандыру әдістерін қызмет барысында орын алған жағдайлармен ұштастыруды білдіреді. Инновациялық ұйымның тиімді қызметін қамтамасыз ету үшін дамыған ынталандыру жүйесін қолдануды ұйғарады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Е. В. Кузнецова, Н. Н. Бекренова. Управление человеческими ресурсами. – Пенза, 2013. – 205с.
2. А. В. Ромашов, В. В. Баранов. Стратегия развития научно-производственных предприятий Аэрокосмического комплекса: Инновационный путь. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 215с.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ИНДУСТРИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Ешенкожаева Ж.Ж. – PhD докторант
Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Место и роль инновации в современном обществе очень важно. Поскольку, сейчас без постоянного и активного внедрения инновационных разработок в различные сферы жизнедеятельности общества нет устойчивого развития того или иного государства.

Общеизвестно, что инновация - это использование новых идей, товаров, услуг, материалов, технологий или деловой практики с целью изменения или улучшения выпускаемой продукции, способа ее производства или распределения.

Инновации могут быть продуктовые, технологические, организационно-управленческие.

В научной точки зрения, с нас интересуют в первую очередь технологические инновации, которые, как известно, подразделяются на два основных вида: продуктовые и процессные.

Продуктовая инновация существенно улучшает товары и услуги и стоимостные характеристики уже существующего продукта за счет использования более эффективных комплектующих, материалов и полуфабрикатов, частичного изменения одной или ряда технических подсистем. Процессная инновация представляет собой освоение новых методов производства, изменения в оборудовании и/или организации производства, обеспечивающих: создание новых или усовершенствованных продуктов, выпуск которых старыми методами невозможен, резкое повышение эффективности производства. Важнейшими характеристиками инновации являются новизна и коммерческий успех. Любая инновация должна иметь ориентацию на конечный результат прикладного характера [1, с.34-40].

Под инновационным государственным предпринимательством мы понимаем – широкий круг деятельности, связанный с инновационной деятельностью, в частности, с трансформацией научных исследований и разработок в новый или усовершенствованный продукт, технологический процесс, либо в новый подход к социальным услугам. Функции инновации могут быть технологические, управленческие и организационные. Отсюда основными типами инновационной деятельности являются:

- производство нового продукта или продукта с качественно новыми свойствами;
- внедрение новых средств производства;
- освоение нового рынка сбыта;
- привлечение новых источников сырья, комплектующих и полуфабрикатов;
- введение новых организационных институциональных форм (приватизация, новая система управления и прочее);
- изменения инфраструктуры.

Оценить результат инновации можно с помощью следующих показателей:

- удельный вес инновационной продукции (внедренной в течение определенного периода времени) в ее общем объеме;
- влияние инноваций на результаты деятельности предприятия;
- сумма прибыли от реализации инновационной продукции и ее доля в общем объеме прибыли;
- объем продаж инновационной продукции и его доля в общем объеме продаж;
- доступ к новым рынкам сбыта;
- доли на традиционных рынках сбыта;
- влияние инноваций на использование ресурсов.

Несомненно, инновации начинаются с комплексного анализа возможностей.

Прежде всего анализируются инновационные источники, которые меняют свое значение в зависимости от обстоятельств. Демографические изменения, например, практически не играют роли в области фундаментальных производственных процессов, где проявляется несоответствие между экономическими реалиями. Новые знания могут не представлять особой важности для тех, кто имеет целью внедрить новый социальный инструмент для удовлетворения потребности, появившейся в результате демографических перемен. Тем не менее все источники инновационных возможностей должны анализироваться и учитываться. Нововведения должны быть направленными. Они должны подчиняться выполнению только одной задачи. Если нововведения усложнены, то они не срабатывают. Всё новое всегда пробивает себе дорогу с трудом, а если это новое ещё и усложнено, то возникает большая вероятность принятия неверных решений, которые исправить крайне трудно или невозможно. Все эффективные инновации на редкость просты. Даже нововведения, создающие новые потребности и новые рынки должны быть точно направлены и иметь прикладное значение, то есть

должны быть сфокусированы на конкретном результате. Хотя инновации задумываются для выхода на лидирующую позицию, цель их применения не обязательно должна быть глобальной. К тому же невозможно заранее предсказать, станет ли инновация основой большого бизнеса или его ждут лишь скромные достижения. С другой стороны, надо помнить, что если инновация не нацелена на завоевание лидерства, то его вряд ли можно считать прогрессивным.

Существуют два метода продвижения инноваций - вертикальный и горизонтальный. При вертикальном весь инновационный цикл сосредоточивается в одной организации с передачей результатов от подразделения к подразделению. Применение этого метода ограничено размерами организации, она должна быть крупной, объединяющим все виды отделов, производств и служб (например, ТНК "Вольво", имеющей даже структуры для снабжения своих автомастерских), либо предприятие должно разрабатывать и выпускать узкий спектр специфической продукции, не содержащей разнородных составных частей (например, новые химические или фармакологические материалы).

Горизонтальный метод - метод партнерства и кооперации, при котором ведущее предприятие является организатором инноваций, а функции по созданию и продвижению инновационной продукции распределены между участниками. Необходимой составляющей горизонтального метода продвижения инноваций является трансферт технологий. Обязательным условием решения задач структурного реформирования и инновационного развития является создание необходимой инфраструктуры, позволяющей сформировать потребности в нововведении и обеспечивающей формирование соответствующего ранга предложений.

Путей развития инфраструктуры для индустриально-инновационного развития много. На выбор влияет положение страны в мировом хозяйстве и внутриэкономическая ситуация, национальные особенности и психологическая готовность к нововведениям, наличие менеджеров и квалифицированных научно-технических и рабочих кадров, научный задел и т.д. При этом, в зависимости от изменения обстоятельств непрерывно должны вырабатываться разнообразные, включая альтернативные, варианты перехода на наукоемкие технологии в каждой отрасли и каждом предприятии. Анализ вариантов структурной трансформации в Казахстане показал, их можно свести к следующим основным направлениям: создание новых крупных вертикально интегрированных структур, поддержка и частично, конверсия предприятий оборонного комплекса; активизация деятельности совместных и отечественных предприятий; формирование научно-промышленных конгломератов; совершенствование менеджмента национальных научных центров; развитие партнерских отношений государства с крупными компаниями для создания наукоемких производств; создание сети малых наукоемких предприятий.

В условиях рынка своевременная смена технологий является основным инструментом, с помощью которого предприятия могут завоевать и сохранить превосходство в конкурентной борьбе. В результате они находятся под постоянным давлением необходимости инноваций. Ансофф И. полагает, что любая исторически стабильная отрасль способна мгновенно превратиться в "изменчивую" за счет вторжения смежных технологий [2, с.150]. Это может произойти на любом участке жизненного цикла спроса, но вызывает особенно сложные проблемы на этапе зрелости отрасли, как это происходит, например, с современной автомобильной промышленностью.

Новые технологии вместе с автоматическими системами проектирования и производства ведут к революционным изменениям в разработке и выпуске новой продукции. Поэтому задача руководства предприятия состоит в том, чтобы реально оценить последствия применения новой технологии. В условиях эмоциональных нагрузок, обусловленных низким спросом, очень просто прийти к заключению, что новая технология коренным образом изменит товар и вызовет широкомасштабное расширение спроса. Однако это произойдет только в том случае, если прогресс будет столь революционен, что сделает устаревшей продукцию, которая уже завоевала рынок.

В наукоемких отраслях руководство предприятием должно участвовать в управлении развитием НИР. Кроме того, в научном бизнесе предприниматели-ученые должны контролировать общее руководство компаний. Для них характерно понимание сложности, перспективности, риска и стоимости технологий. Руководители этого типа, если и имеют пробелы в знаниях, то они связаны с недостатком подготовки в области организации производства и маркетинга. Однако во многих крупных зарубежных фирмах, для которых исторически стабильные технологии превратились в "плодотворные" и "изменчивые", а также в фирмах, которые решили диверсифицировать производство за счет проникновения в наукоемкие отрасли, отмечается разрыв между общим руководством и научно-техническими специалистами. Этот разрыв должен быть ликвидирован специалистами по прогнозированию.

Развитие сети малых инновационных наукоемких предприятий. Вариантов создания малых наукоемких предприятий, венчурных фирм, лабораторий "фирменной" науки – множество. Каждый

НИИ, ВУЗ должен обзавестись малым предприятием. Здесь нужно всемерно поощрять организационные преобразования в сторону развития инновационного предпринимательства. Потенциальным предпринимателям следует помогать, выдавать стартовый капитал, разумеется, на возвратной основе, обеспечивать производственными помещениями. Их нужно "выращивать", как это делают за рубежом, создавая "тепличные" условия. Работать в науке значительно труднее, чем на производстве. Мировая практика показывает, что при таком подходе малые предприятия становятся рентабельными за 1-2 года.

Актуальной организационно-экономической проблемой является формирование и развитие рынка научной интеллектуальной собственности. Решение этой задачи предполагает, что наука сама должна перейти на рыночные отношения. Этот рынок позволяет не только осуществлять легальные сделки купли-продажи, но и, обладая системообразующими и регулирующими качествами, окажет прогрессивное влияние на всю общественную структуру.

Поскольку создание интеллектуальной собственности является основным трудовым мотивом научных работников, то он должен беспрепятственно трансформироваться в систему экономических интересов. Иными словами, если ученый сделал открытие, то он должен быть уверен, что сможет его реализовать, стать, по крайней мере, обеспеченным. Из этого следует, что все действия органов управления научно-технической сферой, в конечном счете, должны быть нацелены на практическую реализацию созданной многими поколениями ученых НИС. Главные усилия государственные органы должны приложить на микроуровне, т.е. работать с каждым изобретением на уровне ученого и начинать ее на завершающем этапе исследования, когда можно уверенно утверждать о создании действительно перспективного ноу-хау мирового уровня. Необходимо создать все условия для практического использования НИС в первую очередь у себя, предотвратить "утечку умов" за рубеж.

Нужно также стимулировать рискованные вложения частным лицам и организациям с любой формой собственности; устранить ограничения на ввоз капитала в целях инновационной деятельности; оптимизировать организационно-экономический механизм для осуществления структурных сдвигов в экономике; развить механизм по распределению ноу-хау среди потенциальных потребителей путем формирования сети консалтинговых, внедренческих центров и т.д.; создать специальные фонды финансового и материально-технического обеспечения венчурных фирм. Государство должно выделять часть бюджетных средств в виде субвенций, контрактов или субсидий на внедрение научно-технических достижений.

ВУЗовская наука, существовавшая главным образом за счет хоздоговоров с предприятиями, также потеряла стабильные источники финансирования.

Велика роль заводской науки. В настоящее время она сузила свою деятельность до контроля технологических процессов, оценки качества выпускаемых полуфабрикатов и конечной продукции. Между тем прежде, даже заводские цеховые лаборатории выполняли задачи научно-исследовательского характера (правда, в основном непосредственно вытекающие из обслуживаемого технологического процесса). Заводские лаборатории, особенно предприятий ВПК, считались ведущими цехами, потому что осуществляли к тому же и оперативную работу по оптимизации всех звеньев производственно-технологического процесса.

Радикальные структурные преобразования в организации науки, произошедшие в последние годы, выдвинули новые проблемы воздействия организационных форм на исследовательскую активность. В частности, в условиях рынка объектом анализа становится деятельность не только организации, но и отдельного ученого. Одновременно рыночные отношения в науке требуют выработки новых форм построения научных коллективов, т.к. рост конкуренции в исследовательской деятельности приведет в ряде случаев к развитию коллективных форм создания НИС. Конкуренция приведет также к росту продуктивности за счет интенсификации исследовательской работы путем применения современных методов и оборудования. Поэтому необходимо создать условия для здоровой конкуренции в научно-технической сфере, как на уровне организаций, так и среди отдельных ученых. Координирующая роль, безусловно, принадлежит государственному сектору.

Таким образом, полагаем, что вышеизложенные проблемы должны решаться в комплексе. В канун празднования 25-летия Независимости Республики Казахстан можно однозначно констатировать, что только системный подход позволит добиться успеха в сжатые сроки, с максимальной пользой для всей экономики Казахстана.

Поскольку, государственная программа индустриально-инновационного развития, законодательная база Республики Казахстан позволяют регулировать процессы организации НИР, предпринимательской деятельности, приватизации, интеграции науки с производством, конверсии, лизинга, франчайзинга, трансферта технологий и т.д.

Тем более, положительный опыт США и других индустриально развитых стран в этом направлении также показывает, что одних только рыночных механизмов недостаточно. Для

активизации структурного регулирования необходима целенаправленная регулирующая функция государства, его ответственность за общую стратегию технологического развития, за поддержку наукоемких технологий и фундаментальных исследований. Мера ответственности и поддержки определяется рядом причин:

- высокими издержками исследований и разработок по отношению к национальным ресурсам;
- различными недостатками рыночной системы в решении фундаментальных проблем. Далеко не все результаты исследований и разработок являются самокупаемыми, коммерческие интересы крупных корпораций не простираются на решение государственных задач;
- стремлением к поддержанию военного потенциала на максимально высоком научно-техническом уровне;
- двойным применением некоторых военных исследований в гражданских отраслях и другие.

Заметим, что в развитых странах велики размеры выбытия производственного чистого капитала, в ведущих индустриальных странах она составляет около 43 - 45%. Государство определяет научно-технические и технологические приоритеты, вырабатывает структурную и инновационную политику, представляющую взаимный интерес для науки, промышленности, инвесторов. Государство осуществляет бюджетное финансирование базисных инноваций, создает условия для эффективного функционирования инновационного рынка.

Наряду с государственным участием самым действенным способом перехода стран к постиндустриальному развитию стало продвижение технологических инноваций с помощью так называемого венчурного (рискового) капитала. При этом, ключевыми агентами инновационного рынка, образующими конкурентную среду, являются предприятия-создатели и обладатели научно-технических достижений и «ноу-хау»; небольшие фирмы, основная сфера деятельности которых - посредничество при распространении и внедрении нововведений; субъекты процессных, продуктовых и организационно-управленческих инноваций, то есть их потенциальные потребители; а также кредитно-финансовые, патентно-лицензионные, консалтинговые, рекламные, учебно-методические и прочие государственные и частные структуры.

Следовательно, сложность и многообразие форм и методов взаимодействия всех участников инновационной деятельности представляют практический интерес при определении оптимального соотношения рыночного и государственного регулирования инновационного развития, при системном анализе механизмов распространения нововведений для создания эффективной системы управления этого процесса.

Список литературы:

1. Новицкий Н. Инновационный путь развития экономики // Экономист. - 2000. - №6. - с.34-40.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 1989. - 518с

МЕХАНИЗМ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Жаксылыкова А. – PhD докторант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Мировой экономической кризис дал толчок развитию нового витка процесса трансформации экономических систем. Главное для нынешнего этапа трансформации экономики сформировать институциональные условия для преодоления последствий кризиса и перехода к инновационной модели социально-экономического развития. Для адекватного ответа на стратегический инновационный вызов, стоящий перед нашей страной требуется качественное изменение институтов государственного регулирования, инструментов и технологий реализации государственных функций, в том числе и механизмов системы государственных закупок в целях развития ее как неотъемлемой части общественного регулирования, обеспечивающей эффективное управление государственными ресурсами.

Мощным рычагом влияния государства на экономику является система государственных заказов, закупок продукции, работ и услуг для государственных нужд. Государственные закупки подразумевают выполнение государством разнообразных функций, ориентированных на повышение централизованной управляемости, предотвращение неконтролируемого нарастания затрат, сокращение расходов государственного бюджета, управление материальными потоками при условии соответствия их рыночным отношениям.

Поскольку государственные закупки занимают значительное место в затратной части бюджета большинства развитых стран, то они являются действенным инструментом управления экономикой.

Посредством государственных контрактов многие государства решают свои социально-экономические проблемы, а также обеспечивают проведение научных исследований, создание и внедрение новых технологий и разработок. Поэтому всегда актуальны проблемы организации государственных закупок.

Необходимость финансирования закупочных процедур для обеспечения государственных нужд обусловлена социально-экономической значимостью развития процесса финансирования в сфере государственного заказа. Существующий механизм финансирования государственных закупок не обеспечивает в полной мере выполнения государственной задачи по результативному и эффективному распределению бюджетных средств. Взаимоотношения структурных элементов механизма финансирования государственных закупок для Казахстана является относительно новыми, не сложившимися на данном этапе в полной мере и требует продолжения научных исследований, а сам механизм финансирования государственных закупок нуждается в дальнейшем развитии.

Механизм финансирования государственных закупок -это взаимосвязь элементов в процессе взаимодействия субъектов при реализации закупочных процедур, обеспечивающая наибольшую результативность и эффективность распределения бюджетных средств в сфере государственного заказа.

Обоснована необходимость разработки гибкого механизма финансирования закупок, который способен реагировать на меняющуюся рыночную ситуацию, обеспечивать жизненно необходимые общественные потребности при максимально эффективном распределении бюджетных ресурсов путем развития закупочного процесса. Установлено, что наиболее значимым фактором развития механизма финансирования государственных закупок выступает социально-экономическая политика государства, реализуемая в конкурентных рыночных условиях. Развитие механизма финансирования государственных закупок обосновано необходимостью экономии бюджетных средств в условиях ограниченности финансовых ресурсов и стремлением реализовать в наиболее полном объеме общественные функции.

В современных условиях роль государственного заказа существенно возрастает. В значительной мере это объясняется актуальностью реализации принципа экономии бюджетных средств в условиях ограниченности ресурсов государства, с одной стороны, и стремлением реализовать в наиболее полном объеме общественные функции — с другой, что особо значимо в условиях финансово-экономической нестабильности в экономике.

Предложено следующее понятие эффективности государственных закупок, которое определяется как достигнутый результат, гарантирующий наилучшее удовлетворение потребностей заказчика за выделенные общественные средства в сочетании с удовлетворением интересов исполнителя, обеспечиваемых на конкурсной основе.

Учитывая вышеизложенное, для оценки финансово-экономической деятельности был дополнительно предложен комплекс показателей, отражающих экономическую выгоду для участников закупок, включающий: эксплуатационные и ремонтные расходы; наличие и доставку; дополнительные затраты (например, хранение и транспортировка); затраты, связанные напрямую с организацией и проведением закупок при качественном соответствии приобретаемых товаров (работ, услуг).

Механизм финансирования включает этапы размещения и исполнения государственных закупок. На всех этапах предлагается осуществлять мониторинг эффективности финансового распределения бюджетных средств на основе использования таких инструментов, как финансовое планирование закупок, формирование стартовой закупочной (максимальной) цены и установление контрактной цены, использования типовых контрактов и библиотеки контрактов, ведение претензионной работы и проверки обеспечения контрактов, формирования закупочных комиссий, использования во взаимосвязи методов государственного и общественного контроля в сфере распределения государственных финансов и др., позволяющих сформировать эффективный механизм финансирования государственных закупок.

Таблица 1 – Этапы размещения и исполнения государственных закупок.

Государственный заказ		
Этапы закупок:	Этапы контроля:	Область взаимодействия элементов
-планирование -заключение контракта -исполнение контракта -финансовый аудит -анализ	-размещение заказа -исполнение заказа	-закупка признана не состоявшейся -признание единственным поставщиком -выявление нарушений -исполнение

Эффективное расходование бюджетных ресурсов предполагает, что при проведении закупочных процедур основное внимание уделяется экономическим показателям, среди которых наиболее важным является цена. Однако, основная социально-экономическая задача заключается в удовлетворении государственных нужд с помощью закупки лучшей продукции по минимальной цене и наилучшем качестве. Получается, что в бюджетном секторе фактором эффективности выступают также качественные показатели и степень полезности товаров (работ, услуг) для удовлетворения нужд.

Государственные закупки являются одним из ключевых процессов, который фактически отражает и обеспечивает качество отношений государства, общества и бизнеса.

Необходимость совершенствования системы государственных закупок сегодня назрела, заинтересованные стороны — государственные органы, бизнес и общество — осознают эту потребность, и процесс изменений уже запущен.

Систематизация взаимосвязей элементов дает возможность хозяйствующим субъектам максимально удовлетворять свои экономические интересы в ходе закупочной деятельности, а государству — наиболее эффективно распределять свои ресурсы, позволяет сэкономить бюджетные средства и при этом расширить спектр предоставляемых населению качественных услуг. Во многом именно рационально построенный механизм финансирования закупочной деятельности способствует решению государственной задачи наиболее полного удовлетворения государственных нужд при всемерной экономии бюджетных средств.

Развитый механизм госзакупок позволяет более эффективно и более справедливо использовать при выполнении госзаказа потенциал частного предпринимательства, обществ инвалидов, предприятий в малых городах и т. д., что содействует обеспечению устойчивости экономического развития, ускоренному и сбалансированному решению актуальных задач социально-экономического развития. С ростом тенденций социальной ориентации экономики, особенно в кризисных условиях, значимость системы государственных закупок

многократно увеличивается государством идеями коллективизма в решении задач социально-экономического развития.

Ряд проблем возникает при взаимодействии государственных органов и контрагентов, так как в сфере размещения государственного заказа имеются организации, целью которых не всегда является добросовестное выполнение заключенного государственного контракта.

В настоящее время мы находимся в стадии серьезного обновления всей системы закупок, движения к контрактной системе.

Государственные закупки являются одним из ключевых процессов, который фактически отражает и обеспечивает качество отношений государства, общества и бизнеса.

Государственные органы в процессе закупок представляют интересы общества и призваны максимально эффективно распоряжаться бюджетными средствами, обеспечивая высокий уровень качества жизни населения. Общество, являющееся конечным потребителем услуг и товаров, закупаемых государством, заинтересовано в получении качественных продуктов, высоком уровне обслуживания и комфортных условиях жизни. Бизнес, производя товары и услуги, безусловно, мотивирован продавать их государству и обществу как конечному потребителю. Такой ситуация должна быть в идеальном случае. Но в Казахстане система отношений в процессе государственных закупок требует серьезного совершенствования.

Необходимо развитие организационной структуры для обеспечения качественной реализации тех процессов государственной закупки, которые сейчас никем не поддерживаются должным образом: формирование и обоснование потребности, планирование, предквалификация поставщиков, информационный обмен между всеми участниками процесса, а также контроль качества и обеспечение адекватной технической экспертизы.

Список литературы:

1. Система госзаказа: развитие законодательства и основные новации на ближайшую перспективу [Электронный ресурс] / Колнооченко, Е.И. – Режим доступа: http://bujet.ru/article/83993.php?sms_ss=blogger
2. А.В. Шаронов О важности совершенствования процесса государственных закупок
3. Седова М.С., Федорова И.Ю. Финансовый механизм формирования, функционирования и развития системы государственных закупок в Российской Федерации // Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России. Сборник научных трудов. Сборник научных трудов. Выпуск 41-М Российская академия предпринимательства, 2013.

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ: ОПЫТ ТУРЦИИ

Жаксыгулова Г.К. – к.э.н., доцент, Мырзабекова М.Ж. – преподаватель

Kastamonu üniversitesi, Турция

Orhan Akbulut – преподаватель

Университет экономики и предпринимательства, Кыргызстан

Маркетинг территорий – целенаправленная деятельность на социально-экономическое развитие. Сама территория рассматривается как продукт, а заинтересованные в этом покупатели – целевой рынок. Маркетинг территории создает продукту имидж, продвигает его, повышает статус на международном уровне. Имидж территории – мнение потребителей об отличительных и исключительных характеристиках данной территории, формирующих ее привлекательность или непривлекательность для потенциальных потребителей. В связи с чем, основной целью маркетинга имиджа территории становится – создание положительного образа территории, обеспечения его общественного признания.

Брэнд территории – совокупность непреходящих ценностей, отражающих неповторимые оригинальные характеристики региона и сообщества, получившие общественное признание и известность, пользующиеся стабильным спросом. Брэнд территории формируется на основе его ярко выраженного позитивного имиджа, и является высшим проявлением эмоциональных предпочтений, важнейшим фактором конкурентных преимуществ территории. Конкурентоспособность территории определяется степенью его «брендируемости», брэнд территории является активной категорией рыночной экономики в целом. Брэнд ориентирован преимущественно на внешних по отношению к нему субъектов, и должен соответствовать стратегическим задачам развития территории, способствуя привлечению к ней внимания организаций и людей, а также ресурсов и заказов, которые востребованы территорией, нужны ему и полезны для его развития. Наряду с «внешним эффектом» брэнда правомерно говорить о «внутреннем влиянии» брэнда, направленном на развитие цивилизованных социально-экономических отношений среди жителей территории, чувства единства, ответственности, патриотизма.

Использование маркетинга при формировании имиджа территории способствует укреплению ее конкурентоспособности и может изначально влиять на привлекательность территории. На национальном уровне маркетинговые усилия направлены на продвижение страны как дестинации на международный рынок туризма. Говоря о маркетинге туристской территории, необходимо добавить, что первоначальной целью всегда будет создание и поддержание благоприятного имиджа как ключевого фактора последующего коммерческого успеха.

Созданию привлекательного имиджа страны и продвижению национального туристского продукта придается большое значение как в странах, появившихся на нем относительно недавно, так и в странах уже завоевавших свое место на международном туристском рынке. В данном вопросе интересным, с точки зрения преемственности, видится опыт Турции.

Концепция развития туризма Турции потребовала разработки систематической и долгосрочной маркетинговой стратегии, направленной на возвращение и совершенствование изначально присущих и потенциальных свойств местности. Таким образом, маркетинговая стратегия развития туризма Турции как многокомпонентная и многоцелевая программа взаимосвязанных системных мероприятий, сформированная на базе комплексного подхода, выступает на сегодняшний день основным инструментом применения маркетинга при формировании имиджа территории и направлена на обеспечение устойчивого развития туризма в стране.

Турция, войдя на международный туристский рынок, вступила в систему конкурентных отношений с другими государствами, целыми мировыми регионами. Стратегия туристского маркетинга Турции нашла свое отражение в принятии соответствующего законодательства, государственных долгосрочных программ и планов, таких как Стратегия туризма Турции – 2023, Планы реализации Стратегии туризма, Стратегический план Министерства культуры и туризма на 2015-2019гг и ряд других планов и документов в рамках указанных стратегий. Правильность и эффективность построения, а также реализация запланированных мероприятий Стратегии туризма Турции-2023 позволила стране завоевать достойное место на мировом туристском рынке.

Стратегия туристского маркетинга Турции направлена на создание, продвижение и реализацию национального туристского продукта на мировом рынке. Национальный туристский продукт Турции – это совокупность имеющихся природных, климатических, культурных и историко-архитектурных ресурсов, привлекаемых и используемых в туристской деятельности, туристской и сопутствующей инфраструктуры, а также деятельности туристских предприятий, выраженная в создании,

продвижении и реализации конкретных туристских продуктов, направленных на привлечение туристов из других государств и мировых регионов.

В отличие от маркетинга туристских организаций, направленного преимущественно на продвижение туристских услуг, маркетинг национального туристского продукта Турции направлен на формирование, продвижение и позитивное развитие туристского имиджа (ведущего туристского образа) и повышение конкурентоспособности региона посредством брендинга территорий и страны в целом.

Составляющими имиджа Турции как туристской территории выступают:

- географическое положение;
- климатические условия;
- историко-культурное наследие;
- биологические и геологические особенности;
- этнический состав;
- природные "сокровища" региона.

Ведущий инструмент маркетинга имиджа территории - коммуникационные мероприятия, демонстрирующие открытость территории для контактов и позволяющие внешним субъектам лучше узнать ее, удостовериться в существенности ее преимуществ. В свете вышеизложенного, кинопродукция турецких кинематографов выступает одним из инструментов маркетинга имиджа территории и положительно демонстрирует составляющие ее имиджа.

Существенную роль в продвижении территорий играют общетерриториальные константы, которые можно отнести к элементам брендинга (государственные флаг Турции, гербы и общепринятые символы городов, логотипы, рекламные слоганы, мифы, предания, легенды и т.п.). В Турции уделяется огромное внимание созданию образов городов, регионов, страны в целом привлекательных для туристов. В качестве идентификационных кодов в продвижении туристских дестинаций часто выступают логотипы и рекламные слоганы используемые в кинороликах, фильмах и сериалах.

В отличие от других сфер деятельности в туристском бизнесе больший процент имиджевой рекламы, элементы которых (в большей или меньшей степени) используются во всех видах турецкой кинопродукции. Это связано с работой национальных туристских администраций и офисов, которые занимаются некоммерческой рекламой, то есть продвижением дестинации в целом, формированием благоприятного имиджа страны и привлечением в страну туристов. Эта реклама некоммерческая потому, что продажа конкретного турпродукта не является её целью. В отличие от массовой сбытовой рекламы, индивидуальная и уникальная имиджевая реклама стремится быть красивой, безупречно исполненной. Её преимущество ещё и в том, что она ненавязчива, она является как бы приглашением, а не агитацией. Так, неизменными атрибутами рекламно-пропагандистских кинопродуктов по продвижению Турции, как страны благоприятной для туризма, является туристский логотип Турции – цветок тюльпана, одной из наиболее известных и узнаваемых в мире товарных марок, а так же с использованием слоганов: «Ритм жизни ощути в Турции!», «Ритм цивилизации ощути в Турции!», «Ритм жизни ощути в Стамбуле!» и т.п.

В продвижении территорий возрастает значимость и скрытой рекламы – product placement, то есть представление конкретного места в кинофильмах и сериалах, которое позволяет в ненавязчивой форме достаточно подробно воспроизвести определенные особенности и конкурентные преимущества того или иного туристского региона Турции.

Турпродукт, услуга или логотип, показанные в кино или сериале, становятся более привлекательными для широких слоев общественности: привлекательной является продукт или услуга, форма подачи предстают перед зрителем в его естественной среде. Основным эффектом технологии product placement в турецких сериалах происходит от воздействия на восприятие человека на латентном уровне в течение длительного периода – от серии к серии: осуществляется запоминаемость бренда, косвенно формируется лояльность к торговой марке.

Киноиндустрия Турции, способствуя созданию привлекательного имиджа страны, занимает важную роль в развитии кино-туризма – нового направления отдыха, которое позволяет совершить путешествие по местам съемок известных фильмов и сериалов. Сюжеты с колоритом быта турецкого народа, культурно-историческими и архитектурными достопримечательностями, природным и городским пейзажем, видами на море и набережными, местными магазинчиками и ресторанами, создавая особую атмосферу каждого конкретного кинопродукта, становятся элементами соблазна для туристов, которые хотят ощутить на себе атмосферу тех мест, где проходили съемки.

Местные чиновники, туроператоры и бизнесмены используя продукт отечественной киноиндустрии как инструмент маркетинга имиджа территории пытаются извлечь выгоду из популярности турецких телесериалов и фильмов, которые транслируются в 102 странах мира. К

примеру, после того, как макет троянского коня, который использовался в съемках фильма «Троя» с Брэдом Питом в главной роли, был перевезен в Чанаккале, число туристов, посещающих область, выросло на 73 %.

Бесспорна популярность сериала «Muhteşem Yüzyıl» (Великолепный век/Сулейман великолепный), благодаря которому Турция стала пользоваться особым спросом у туристов из Европы, Латинской Америки, Балкан и арабских стран. После выхода сериала дворец Топкапы и гарем султана в Стамбуле стал центром «полоничества» его поклонников.

Таким образом, опыт Турции в развитии маркетинга имиджа территории подтверждает то, что имидж территории это один из наиболее действенных инструментов его эффективного развития и формирование позитивного имиджа и повышение узнаваемости территорий способствует привлечению внимания к региону, дает возможность более эффективно лоббировать свои интересы, улучшать инвестиционный климат, получать дополнительные ресурсы для развития региональной экономики.

Список литературы:

- Официальный сайт Министерства культуры и туризма Республики Турция. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/2016/03/29>
1. R. Pars Şahbaz. Filmlerin ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına Etkileri // İşletme Araştırmaları Dergisi – 2009 – №1/1. – С. 31-52 (на турецком языке)
 2. Газета «Millî» от 19.02.2016г, TC Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından film endüstrisi için devlet desteği (Государственная поддержка киноиндустрии Министерством культуры и туризма Турции) <http://www.milligazete.com.tr/2016/03/29>

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ ГОРОДА АЛМАТЫ

Нурсейтова Г.Б. – к.э.н., доцент

Жұмақан Д.С. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В науке и практике экономической и социальной жизни все большее значение приобретают территориальные, пространственные аспекты. Это обусловлено самим ходом развития общества, усилением территориального управления, формированием различных экономических, социальных и политических образований разного уровня. Развитие этих образований, усложнение их функциональных связей в пределах социально-экономических систем, а также в их кооперации с культурными и природными системами требует в научных и практических целях все большей детализации, конкретизации и уточнения пространственной информации разного рода и одновременно ее целесообразного и научно обоснованного обобщения.

Для разработки концепции развития транспортной системы города необходимо располагать данными и знаниями данной области. Однако в настоящее время не существует такого механизма, который позволил бы беспрепятственно оперировать ими. Можно лишь констатировать формирование различных баз данных, но они разрозненны и не учитывают аксиологическую природу социальных феноменов (присущих людям и их поведению, несопадающих ценностных ориентаций и целей). Недостаточно исследуется влияние материальных и других условий (социальные инфраструктуры, типы учреждений и т. п.) на течение или изменение социальных процессов, на характер функционирования социальных явлений.

Социальное проектирование позволяет включаться в различные общественные процессы, протекающие на определенной территории с использованием имеющихся ресурсов. Проектирование в системе управления развитием транспортной системы города заключается в формировании социального пространства через поддающиеся измерению факторы, которыми могут стать субъективные и объективные индикаторы качества жизни населения.

Современный город представляется как некое социальное пространство, образованное географическими, экономическими, культурными, социальными и другими особенностями территории, интересами различных категорий населения, которое необходимо проектировать в соответствии с потребностями общества.

Для управления развитием транспортной системы города необходимы эффективные инструменты. Проект «Устойчивый транспорт г. Алматы» является таким инструментом. «Устойчивый транспорт г. Алматы» – 5-летний проект ПРООН, стартовавший в 2011 году. Целью данного проекта является оказания содействия городу в решении проблемы роста выбросов парниковых газов от транспорта и улучшении окружающей среды посредством продвижения устойчивого транспорта и реализации демонстрационных проектов. Проект УТГА помогает г.

Алматы в проработке модели частно-государственного партнерства и подготовке тендерной документации. К задачам проекта можно отнести:

- Улучшение управления общественным транспортом в г. Алматы, создание потенциала для улучшения эффективности и качества общественного транспорта;
- Создание потенциала по интегрированному управлению дорожным движением г. Алматы;
- Реализация демонстрационных проектов, повышение информированности населения об устойчивом транспорте;
- Увеличение на 20% доли поездок на общественном транспорте к 2023 году.

В настоящее время менее 30% всех поездок в Алматы совершаются на общественном транспорте. Средняя скорость автобусов и троллейбусов в Алматы составляет 13,8 км/ч в утренний час пик, скорость в центре города еще меньше. В городе функционируют 9 троллейбусных и 111 автобусных маршрутов. За текущий период общественный транспорт города получил дальнейшее развитие: приобретено 371 ед. новых автобусов. Таким образом, в этом году парк пассажирского транспорта города обновился на 23 %. До конца текущего года планируется поступление 200 ед. новых троллейбусов.

В рамках проекта с 2011 года организован муниципальный парк на 200 автобусов работающих на сжатом газе, который обслуживает 9 городских маршрутов, выпуская на линию до 180 автобусов ежедневно. Также запущена линия метрополитена протяженностью 8,2 км, с 7-ю станциями, связывая центральную часть города с магистральными улицами. С учетом последних изменений в развитии города проводится исследование маршрутов в целях оптимизации существующей маршрутной сети. С 1 марта текущего года функционирует автоматизированная система диспетчерского отслеживания автобусов, трамваев и троллейбусов. Из 1823 единиц общественного транспорта на 1554 установлены трекары, позволяющие в режиме реального времени отслеживать работу, как каждого автобуса, так и маршрута в отдельности. А это дает возможность более в тесном контакте работать с перевозчиками по улучшению качества работы пассажирского транспорта.

Для создания привлекательной альтернативы использованию автомобиля городу необходимы:

- привлекательный и вместительный подвижной состав
- оптимизированная маршрутная сеть
- интегрированная система электронного билетирования
- инфраструктура для немоторизированных передвижений
- и другая инфраструктура, позволяющая сократить время поездки.

Эффективное использование дорожного пространства позволяет обеспечить мобильность не только автомобилистов, но и всех жителей г. Алматы, включая малообеспеченные категории граждан, людей с ограниченными возможностями (инвалидов), детей и престарелых. Частные автомобили гораздо менее эффективны, чем другие виды транспорта, даже если не учитывать, что они занимают пространство для парковки.

В мае 2014 г. презентованы и получили одобрение Акима г. Алматы пилотные проекты по организации скоростного автобусного коридора по типу БРТ и строительству новой велодорожки. К этим проектам относятся:

Система скоростных автобусных перевозок – САП или БРТ (от англ. «bus rapid transit») обычно имеет специализированный дизайн и инфраструктуру, ориентированные на скорость, качество услуг и безопасность. По оценке экспертов, Алматы имеет хороший потенциал для введения БРТ, включая адекватные размеры дорожного пространства и высокий уровень спроса на автобусные пассажирские перевозки. Введение БРТ разгрузит город в часы пик и обеспечит наибольшие преимущества по экономии времени на ключевых магистралях. Пилотный коридор БРТ будет обслуживать м-н «Орбита», университеты, центральную часть города и обеспечивать связь с новым восточным автовокзалом. Интеграция выделенных автобусных линий и велодорожек вдоль ул. Тимирязева образует «зеленый коридор», который будет ярким примером новых подходов к планированию безопасной дорожной инфраструктуры в контексте продвижения устойчивых видов передвижения и оздоровления воздушного бассейна.

Легкорельсовый транспорт (ЛРТ) – скоростной трамвай, может эксплуатироваться на уже застроенных улицах, более эффективен, способен перевозить большее количество пассажиров чем автобусы и троллейбусы. ЛРТ менее капиталоемкий и обеспечивает более быстрые пересадки, чем метро, благодаря легкому доступу и простому соединению с другими видами транспорта (подвозящие маршруты автобусов, велосипедные дорожки, подъездные ветки, пешеходные пути). Среди ряда преимуществ внедрения ЛРТ - уменьшение вредных выбросов в атмосферу, снижение нагрузки на главные транспортные магистрали города, создание новых рабочих мест. Улучшение имиджа общественного транспорта и большая вместимость, которую предлагает ЛРТ вдоль маршрута следования, снизит в итоге использование частных автомобилей. Запланированный

маршрут ЛРТ, который соединит запад города с его центром по ул. Толе би, проходит через новый Алатауский район и промышленную зону, находящиеся в стадии строительства. Согласно проекту, запуск ЛРТ запланирован на 2017-2018 год.

Велосипед как транспортное средство. Главными проблемами велосипедистов в г. Алматы на сегодня являются опасное вождение (когда приходится делить дорогу с автомобилями), конфликты с пешеходами, припаркованные машины и загрязнение воздуха вдоль дорог. Для обеспечения безопасного и более привлекательного передвижения для велосипедистов и пешеходов городу необходима велоинфраструктура, которая включает велодорожки, велопарковки, велопрокаты и пр. Проектом УТГА совместно с Вело-Алматы подготовлены и распространены плакаты по безопасной езде на велосипеде. В сентябре 2013 г. в рамках программы по корпоративно-социальной ответственности компания Samsung Electronics совместно с проектом УТГА установила 13 велопарковок (116 парковочных мест) на территории Университета КазНУ в поддержку инициативы Акимата города Алматы.

Общественный транспорт города стоит в преддверии больших изменений. Предпринимаемые проектом «Устойчивый транспорт г. Алматы» меры – это только начало этих преобразований. Организаторы проекта уверены, что общественный транспорт города будет соответствовать своему высокому статусу – транспорта южной столицы нашей Республики.

Список литературы:

1. Луков В.А. Социальное проектирование: Учеб. пособие. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во Моск. гуманит.-социальн. академии: Флинта, 2003. — 233 с.
2. Антонюк Г. А. Социальное проектирование: некоторые методологические аспекты. Минск, 1978 — 364 с.
3. Третьякова О. В. Социальное картографирование в системе муниципального управления / Третьякова О. В. // Омский научный вестник. Серия «Общество. История. Современность». № 4 (69). Омск, 2008. С. 73—76.
4. <http://www.mga.kz/>
5. <https://www.facebook.com/sustainable.transport.Almaty>

ЗАМАНАУИ БІЛІМ БЕРУ МЕНЕДЖМЕНТІНІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Қайратбекқызы А. – магистрант 2-курс

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті

Бүгінгі күні педагогика ғылымында педагогикалық процесті басқару ғылымы тұрғысынан зерттеу, түсіну бағыты байқалады. Менеджмент ғылымында басқару– мақсатқа жетуге бағытталған іс-әрекеттерді ұйымдастыру. Мағынасы бойынша "менеджмент" термині "басқару" терминімен ұқсас. Алайда, қазіргі түсінік бойынша "басқару" ұғымынан "менеджмент" ұғымы кеңірек, өйткені ол адамзат қызметінің әр түріне қолданылады. Менеджмент (*manage ағылшын тілінде* – басқару, меңгеру, ұйымдастыру) – *ұйымда немесе кәсіпорында жұмыс істейтін адамдардың еңбегін басқара отырып, алға қойған мақсатқа жетуді ұйымдастыра білу, әлеуметтік, оның ішінде білім беру үдерісін басқару принциптері, әдістері, құралдары мен нысандарының жиынтығы.* Басқару объектілері – биологиялық, техникалық, әлеуметтік жүйелері болып табылады. Әлеуметтік жүйелердің бірі – білім беру жүйесі. Әлеуметтік басқарудың жалпы заңдылықтарына бағынғанымен, білім беру жүйесін басқарудың өзіне тән ерекшеліктері бар. Білім беру менеджментінің негізгі мақсаты — білім беру жүйесінің мүмкіндіктерін пайдалану арқылы тиімділігін арттыру. Білім беру менеджменті оқу-тәрбие, оқу-таным үдерісінің және білім берудің бүкіл жүйесінің тиімділігін арттыруға бағытталған, оларды басқарудың принциптері, әдістері, ұйымдастыру нысандары мен технологиялық тәсілдерінің кешені болып табылады.

Орыс педагогі К.Д.Ушинский айтқандай, қазіргі заман талабына сай, әр педагог, өз білімін жетілдіріп, ескі бірсарынды сабақтардан гөрі, жаңа талапқа сай инновациялық технологияларды өз сабақтарында күнделікті пайдаланса, сабақ тартымды да, мәнді, қонымды, тиімді болары сөзсіз. Бұл жөнінде Қазақстан Республикасы «Білім туралы» Заңының 8-бабында «Білім беру жүйесінің басты міндеттерінің бірі – оқытудың жаңа технологияларын енгізу, білім беруді ақпараттандыру, халықаралық ғаламдық коммуникациялық желілерге шығу» деп атап көрсеткен [1].

Елбасымыз Н.Ә. Назарбаев Жолдауында: «Болашақта өркениетті дамыған елдердің қатарына ену үшін заман талабына сай білім қажет. Қазақстанды дамыған 50 елдің қатарына жеткізетін, терезесін тең ететін – білім». Сондықтан, қазіргі даму кезеңі білім беру жүйесінің алдында оқыту үрдісінің технологияландыру мәселесін қойып отыр. Оқытудың әртүрлі технологиялары сарапталып, жаңашыл педагогтардың іс – тәжірибесі зерттеліп, оқу орындарында қолданылуда.

Қазақстанның әлемдік экономикалық қауымдастыққа енуі, нарықтық қатынастардың дамуы біздің еліміздің барлық сфераларында түбегейлі өзгерістерге әкелді. Қызметтің жаңа салалары пайда

болады, жаңа жағдайларда тиімді жұмыс істеуге қабілетті басқару қызметкерлерін дайындау қажеттілігі туып отыр. Мұнда кәсіби басқарушы ретінде негізгі тұтқа менеджер және менеджмент болып табылады. Қазақстанның инновациялық экономикасының қалыптасуы жағдайында мемлекеттік басқару және нарықтық құрылымдар жүйесіндегі сияқты білім беру мекемелерінде де ұйымдастырушылық, басқарушылық және әлеуметтік-экономикалық қатынастардың мазмұны толығымен өзгереді. Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 1 ақпанындағы №922 «2020 жылға дейінгі Қазақстан Республикасының Стратегиялық жоспар жөніндегі» Нұсқауы және Қазақстан Республикасының 2010 жылғы 19 наурызындағы №957 «Мемлекеттік бағдарламалардың тізімін бекіту жөніндегі» Нұсқауы негізінде 2011-2020 жылдарға Қазақстан Республикасының білімді дамытудың Мемлекеттік бағдарламасы қабылданды және 2010 жылы 7 желтоқсандағы Қазақстан Республикасының Президентінің №1118 Нұсқауымен бекітілді. Мұнда білім беру жағдайына талдау жасай отырып, білім берудегі менеджменттің әлсіз жақтары көрсетілген. Сонымен бірге мемлекеттік бағдарламада негізгі бағыттар көрсетілген, бағдарламаның қойылған мақсаттарына жетудің жолдары және сәйкес шараларының бірі жұмыстың негізгі құрамдас бөліктерінің бірі білім беру менеджменті болып табылады [2].

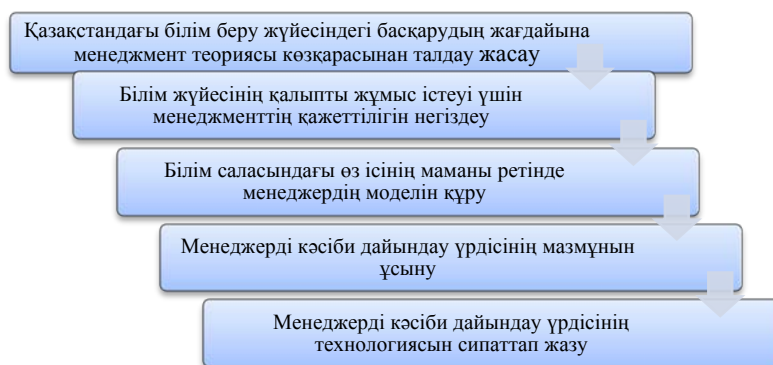
Әсіресе, «білім берудің мемлекеттік – қоғамдық жүйесін қалыптастыру», «корпоративті басқару принциптерін игеру» қаралды. Бұдан басқа, жұмыс берушілердің мамандарды дайындау бойынша салалық және аймақтық кеңестері құрылады. Әр түрлі елдерде негізінен менеджерлерді дайындау, оқытуды ұйымдастыру әдістері бойынша соңғы онжылдықта ұқсастықтар көп. Менеджмент мамандық ретінде, білімнің саласы ретінде интернационалды деуге болады.

Білім беру үрдісінің менеджері – бұл адамға біліммен қатынас жасау мүмкіндігін туғызады. Білім – бұл үлкен әлем, әсер етуші күш. Бұл менеджер үшін тағы бір жағынан бизнес: жеке меншік мектептер және коммерциялық жоғары оқу орындары, министрлік қызмет және халықаралық әріптестермен ықпалдастық, біліктілікті көтеру және MBA. Нарықтық экономика жағдайындағы кез-келген білім беру мекемесінің қызметінің тиімділігі көбінесе менеджменттің қазіргі әдіс-тәсілдері және принциптерін пайдаланумен байланысты.

Басқару қызметі өзінің мазмұны және сипаты бойынша қоғам өмірінде интеллектуалды реттеуші рөл атқарады.

Адамзаттың ғылыми-техникалық, экономикалық және әлеуметтік жетістіктердің мүмкіндігінше меңгеруі басқару қызметінің мәнінің және күрделілігінің үздіксіз өсуімен байланысты. Басқарудың мәні алға қойған мақсаттарға жетуге мүмкіндік беретін объективті және субъективті жағдайларды қамтамасыз ету. Сондықтан жақсы басқарушы адамдардың үстінен бұйырмайды, керісінше олардың еңбек қызметі үшін қолайлы, тиімді жағдай жасайды. Басқару – бұл кез-келген мекеменің тиімді қызмет етуіне байланысты дұрыс бөлінген билік. Қызметтік өкілеттіліктерге қарамастан (билікті бөлу) басқару тәртібінің жалпы принциптері бар: құзырлылық, адамгершілік, инновациялық, прагматизм және басқару стилі де енеді, ол автократиялық, бюрократиялық, демократиялық болуы мүмкін.

Білім берудің басты құндылығы өмір бойы әрбір адамның білім алуға, өзін дамытуға бағытталған , шығармашылық қуаттылығын іске асыру қабілетін сыртқа шығару мүмкіндігін және қажеттілігін адамда дамыту болып табылады. Білім беру менеджері біздің түсінігімізде – бұл жеке тұлға ретінде өзін-өзі үздіксіз дамытушы, кәсіби басқарушылық-педагогикалық қызметті шығармашылық жағынан іске асыруға қабілетті маман. Қазір білім беру қызметін ұйымдастыруға қабілетті, «өнімді дайындайтын» және «өнімді» нарыққа шығара алатын қабілетті адамдар қажет. Мұндай адамдар менеджерлер екені белгілі. Нарықтық қатынастарда оның қызметіне іс жүзінде бәрі қатысты. Менеджер таңдау мәселесі үлкен маңызға ие. Білім беру саласында менеджерлерді кәсіби дайындау үшін келесі міндеттерді шешу қажет (1-сурет).



Сурет 1 – Білім беру саласында менеджерлерді кәсіби дайындау үшін алға қойылған міндеттер [3]

Егер білім саласындағы менеджердің кәсіби дайындығы білім беру жүйесінің мамандарды кәсіби даярлаудың жалпы жүйесінің құрамдас бөлігі болып табылады десек, білім беру жүйесінің болашақ кәсіби басқару деңгейі неғұрлым көтеріледі және де сонымен бірге қосымша кәсіби білім жүзеге асады. Осыған байланысты біздің қазіргі қоғамда ұлттық іскер мәдени ерекшеліктерін есепке ала отырып, менеджер - өз ісінің маманы моделін және менеджерлерді кәсіби дайындау жүйесінің қағидалы негіздерін жасау қажет. Бұл әр түрлі деңгейдегі менеджерлерді және басқа да қызметтегі – әлеуметтік салада, денсаулық сақтау, өндірістік қызметтегі менеджерлерді дайындау үшін тәжірибелік құндылыққа ие болады. Оған қажетті құралда:

- ХХІ ғасырдың ғаламдық әлеуметтік және білім беру мәселелерін шешу қажеттілігін есепке ала отырып, білім беру менеджерінің моделін дайындау;

- білім беру менеджерін кәсіби дайындауда қолданылатын білім беру технологиясын және оның дайындығының мазмұны;

- білім беру менеджерлерін дайындау үшін ғылыми-әдістемелік құрал.

Менеджер жоғары шеберлік деңгейіндегі адамдарды ұйымдастырушы – бұл мамандық, базалық кәсіби білімді, ерекше дайындықты қажет етеді. Бүгін, педагогика, психология, әр түрлі әдістер саласында білім беру саласындағы менеджер толығымен басқару қызметін меңгере алу керек, нақты айтқанда басқару қызметіне кәсіби дайын болуы керек. Білім берудің инновациялық дамуы жағдайында, басқарушылық – педагогикалық дайындық мәселесі білім беру тәжірибесіне басқару механизмдерін енгізу қажеттілігі ерекше өзекті болып отыр. Бүгін әлемдегі кез-келген елде MBA (Master of Business Administration) дәрежесін алу мүмкіндігі бар.

Бүгінгі білім беру мекемесі ашық педагогикалық жүйе және қоғамның ерекше әлеуметтік-экономикалық ұйымы ретінде танылады. Білім беру мекемелерінің жаңаруы, дамуы инновациялық технологияларсыз мүмкін емес. Білім беру менеджменті басшылар мен оқытушыларға мақсатқа жету жолында көптеген мүмкіндік береді:

- біріншіден, вертикальді бұйрықтық басқару әдісінен корпоративті басқару стилі негізіндегі горизонтальді кәсіптік ынтымақтастыққа жол ашады;

- екіншіден, әр тұлғаға даму мүмкіндігін береді, басшылар мен оқытушылардың мотивациялары арқылы ұйымның ішкі ортасы, яғни ұйым дамиды;

- үшіншіден, білім беру процесіне қатысушыларға жағымды психологиялық-педагогикалық жағдай туғызады [4].

Білім беру менеджментінің өзіне тән ерекшеліктері бар, өйткені ол адамдардың шығармашылық әрекеттерімен байланысты. Білім беру процесін басқаруда педагогикалық менеджментті білім беруді тиімді басқарудың теориясы, әдістемесі, технологиясы деп түсінуге болады. Жалпы менеджмент адамдарды, әлеуметтік процестерді басқару өнері мен ғылым жиынтығы ретінде қарастырылады, адамдардың интеллектісін, еңбегін, мотивацияларын пайдалану арқылы басшының алдына қойған мақсаттарына жете алуын айтады. Осы анықтамаға сүйенсек, әр оқытушы өзінің қарамағындағы білім алушының оқу-таным үдерісінің менеджері болып табылады, ал ұйым басшысы–оқу орнының тұтас оқу-тәрбие үдерісінің менеджері.

Менеджмент ғылымында басқарушылық еңбек функцияларының бірнеше классификациялары бар. Белгілі бір мақсатқа жету үшін қолданылатын негізгі функциялары: жоспарлау, ұйымдастыру, мотивация және бақылау. Бұл функциялар коммуникация және шешім қабылдау үдерістерімен біріктіріледі. Аталған менеджмент функциялары барлық салаларда қолданылады. Әр функцияларға тоқталсақ:

· жоспарлау - саясат пен мақсаттарды анықтау, оларға жету жолдарын сипаттайды;

· ұйымдастыру - еңбекті біріктіру және бөлу, міндеттерді, жауапкершілікті бөлу, құрылымды таңдау;

· мотивация (ынталандыру) – жұмысшыларды мақсаттарға жетуге қозғау;

· бақылау – нәтижелерді тексеру, сандық көрсеткіштерді, сапаны тексеру, ауытқуларды жою бойынша шешімдер қабылдау.

Менеджментте стратегиялық және ағымдағы жоспарлау түрлерін анықтайды. Стратегиялық жоспарлау білім беру ұйымының түріне, негізгі миссиясына, оның ішкі және сыртқы ортасына байланысты. Ағымдағы жоспарлау стратегиялық жоспар негізінде құрылады. Оқу орнының стратегиялық құжаттары - білім беру жоспарлары, бағдарламалары, әр құрылымның жылдық жұмыс жоспарлары. Оқу орны жұмысының тиімділігі жоспарлауға байланысты.

Қорыта келе, білім беру менеджерлерінің маңызды функцияларын атап айтқан болсақ, олар:

· жобалау - жоспарлау функциясы;

· ақпараттық - сараптамалық;

· мақсатты - мотивациялық;

- ұйымдастыру - орындаушылық;
- бақылау және бағалау;
- коррекциялау функциясы.

Білім беру менеджментінің аталған функциялары орындалған жағдайда оқу орнының білім беру еңбегінің тиімділігі артып, нәтижесі көрінеді.

Басқару қызметін ұйымдастыру формалары өзара қызығушылық тудыру барысында өз мақсатына жетті, бұл ретте атқарылатын жұмыстың қажеттілігі мен педагогикалық үдерістің барлық қатысушылары үшін оның мәні түсіндірілді.

Заманауи білім беру менеджменті - Қазақстан Республикасының 2011-2012 жж. Арналған білім беруді дамытудың мемлекеттік бағдарламасының басымдығы білім беру саласын дамытуды басқару, мониторинг жүргізуді жетілдіру болып табылады. Білім берудегі сапа менеджменті жүйесінің принципі – мониторинг нәтижелерін ескере отырып, білім беру үдерісін үнемі жетілдіру. Білім беру ұйымдарында нәтижеге бағытталған жоспарлар жүйесі енгізілді, ол басшылар мен педагогтерден басқару мен біліктілікті арттырудың жаңа машықтарын талап етеді.

Нәтижеге бағытталған жаңа үлгіге көшу стратегиясын әзірлеу мен жүзеге асыру жөніндегі шешімдерді дұрыс таңдау үшін әрбір басшы стратегиялық менеджмент құралын қолдануы тиіс, яғни талдау, баламаларын талдау, персоналды басқару.

Әдебиеттер тізімі:

1. Анализ мировых тенденций развития научно-образовательной деятельности: Аналитический обзор / Е.В. Вашурина, Н.В. Дрантусова, Я.Ш. Евдокимова, И.А. Майбуров. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2006. – 219 стр.
2. Назарбаев Н.А. Концепция развития образования в Республике Казахстан до 2015 года.
3. Кулекеев Ж.А. Система Менеджмента Качества Организаций высшего профессионального образования. – Астана, 2004
4. Жакенова Б.Қ., Тәмпішева Қ.Б., Мақсатова Л.М. Менеджмент негіздері. Астана-2007

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РК

Ахметова З.Б. - к.э.н.

Ким И.А. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Развитие интернет-технологий на казахстанском рынке обусловлено повышением уровня конкуренции среди производителей товаров и услуг, а также распространением сети интернет. Данные факторы способствовали созданию условий для появления системы интернет маркетинга, включающей в себя обмен информацией, установление контактов, проведение исследований и продажу продукции. В целом, digital рынок Казахстана характеризуется как один из наиболее динамично развивающихся рынков СНГ.

В данной статье, в качестве индикаторов рынка были рассмотрены – характеристика и динамика числа пользователей интернет, портрет пользователей, характер информационных ресурсов, основные игроки рынка.

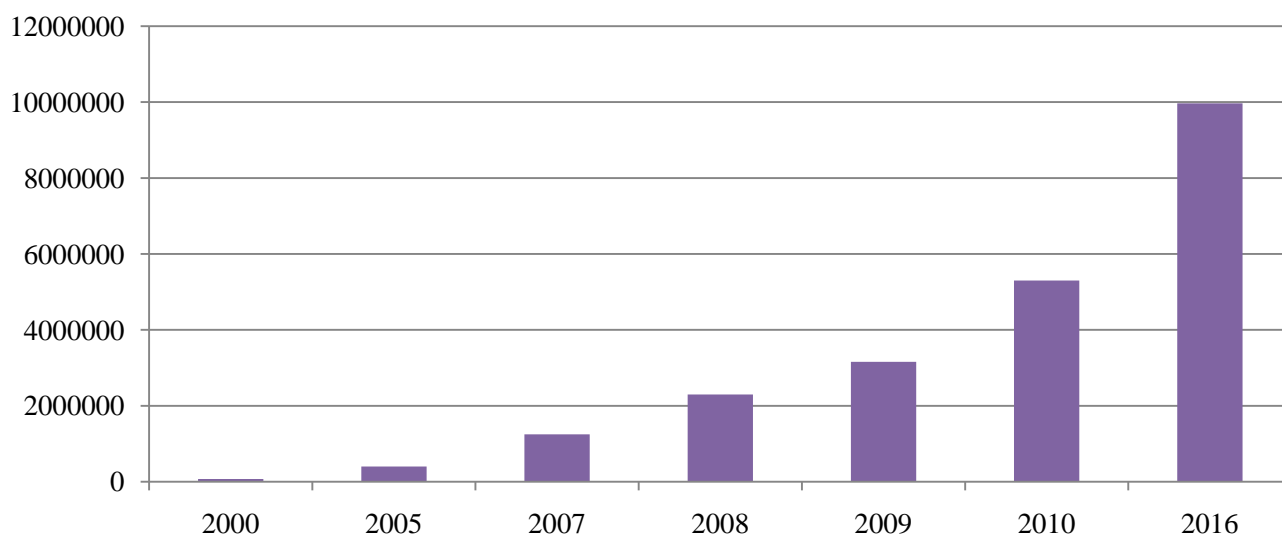
В целях освещения тенденций проникновения интернет-маркетинга, были изучены статистические данные, включающие в себя число интернет-пользователей и соответствующее соотношение с численностью населения (таблица 1). Доля проникновения интернет была рассчитана в качестве соотношения численности населения и общегодового числа пользователей.

Таблица 1 – Статистика использования сети интернет в РК

Годы	Число пользователей (чел.)	Численность населения (чел.)	Доля проникновения (%)
2000	70 000	14 841 900	0.5 %
2005	400 000	14 711 068	2.7 %
2007	1 247 000	14 653 998	8.5 %
2008	2 300 000	15 399 437	14.9 %
2009	3 160 000	15 399 437	14.9 %
2010	5 300 000	15 460 484	34.3 %
2016	9 966 444	18 360 353	54.3 %

По данным Internet World Stats - www.internetworldstats.com [1].

Наглядная динамика числа интернет-пользователей представлена на рисунке 1. Диаграмма демонстрирует значительное увеличение пользователей интернета среди населения Республики Казахстан. Так за период с 2000 года по текущий 2016 год число пользователей фактически возросло в 140 раз. На основании положительной динамики возможно прогнозирование дальнейшего увеличения показателя.



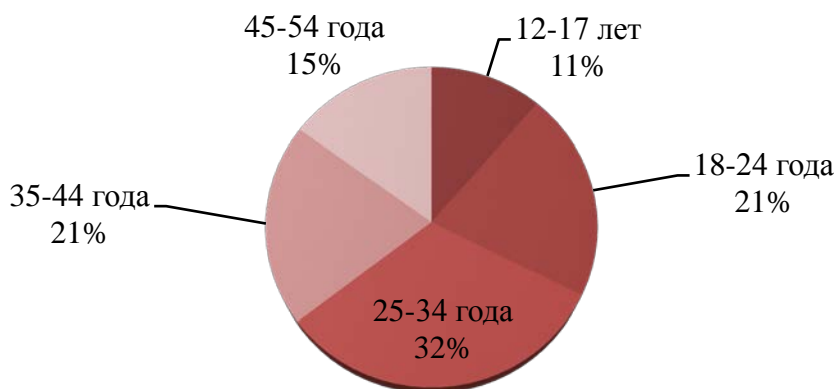
По данным Internet World Stats - www.internetworldstats.com [1].

Рисунок 1 – Число пользователей сети интернет за период 2000-2016 гг

Помимо общей распространенности технологии, необходимо учитывать также скорость интернет. По данным обновленного общемирового рейтинга NetIndex.com по скорости интернета Казахстан занимает 52-позицию. При этом, страна заняла второе место по скорости Интернета среди стран СНГ, пропустив вперед Россию. По данным портала, средняя скорость Интернета составила 16,95 мегабита в секунду, в России данный показатель составил 24,85 (35-е место) [2].

На основании текущих данных о распространении сети интернет можно сказать, что развитие технологий имеет положительные тенденции, из года в год показатели распространения интернет среди населения РК совершенствуются.

По данным статистики около 71% в возрасте от 12 до 54 лет используют интернет не реже одного раза в месяц. При этом, наиболее активными пользователями являются граждане возрастной категории от 25 до 34 лет, что составляет 32 % от общего количества пользователей стационарного и мобильного интернета. Распределение пользователей по возрастным категориям наглядно представлено на рисунке – 2.



Данные исследований TNS Central Asia - www.tns-global.kz [3].

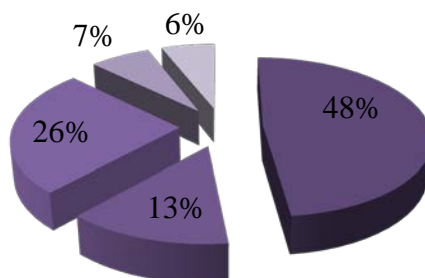
Рисунок- 2. Демографические характеристики пользователей интернет (по состоянию на 2015 год)

Число пользователей женского пола превалирует над мужчинами с долей 52,2%. Женщины в возрасте от 25 до 34 лет занимают 19,1% аудитории, что является самым многочисленным сегментом казнета. Самый многочисленный сегмент мужской аудитории — в возрасте от 18 до 24 лет – составляет всего 13,5%.

Большая часть пользователей является жителями крупных городов Казахстана – около 67,5%. Однако, необходимо также отметить прогноз повышения проникновения интернета в локальные населенные пункты, в том числе и за счет программ поддержки развития информационного общества

По роду деятельности наиболее многочисленными являются группы рабочих и служащих, которые в сумме составляют 48% пользователей (рисунок-3). Руководящие должностные лица и старшие специалисты занимают около 26% от общей доли активных пользователей. При этом, данные категории пользователей как правило используют интернет в процессе работы, для использования почты, поиска информации и просмотра новостей.

- Работающие и служащие
- Домохозяйки
- Руководители и специалисты
- Учащиеся
- Другие категории и неработающие



Данные исследований TNS Central Asia - www.tns-global.kz [3].

Рисунок 3 – Сегментация интернет пользователей по роду деятельности

При рассмотрении общего числа интернет-пользователей характер наиболее популярных ресурсов структурируется следующим образом: 63% из общего количества пользователей занимаются поиском информации и просмотром последних новостей, 58% - обмениваются почтовыми сообщениями, 57% используют интернет-мессенджеры и социальные сети, а 54% смотрят видео в онлайн режиме.

Ежемесячно возможно отследить рейтинг наиболее посещаемых казахстанских сайтов. Так, по итогу сентября 2016 года лидирующее положение по посещаемости и просмотрам занял казахстанский портал NUR.kz. Также лидерами по просмотрам стали такие новостные сайты как Tengrinews.kz, ZAKON.KZ. В таблице 2 представлены десять топовых сайтов по посещаемости и просмотрам. Рейтинг был составлен в соответствии соотношения частоты посещаемости и частоты просмотров в день.

Таблица 2 – Казахстанский рейтинг. Сервис интернет-статистики

№	Все сайты	Посещаемость	Просмотры
1	Казахстанский Портал NUR.KZ	6 361 436	103 909 894
2	Tengrinews.kz: Последние новости Казахстана и мира	7 423 733	86 645 123
3	ZAKON.KZ: Новости Казахстана и Мира. Новости права.	2 748 409	51 046 382
4	365info.kz - Аналитика. Расследования. Новости	1 384 855	6 845 140
5	GISMETEO.KZ: Погода в Казахстане	1 078 164	9 910 895
6	informБЮРО	1 288 759	10 358 192
7	Сұрақ-Жауап сайты -www.szh.kz	1 073 055	3 760 711

8	Спортивный портал Казахстана	653 211	7 401 343
9	Ratel.kz	686 042	4 984 398
10	Афиши кинотеатров Казахстана	795 470	7 368 306
11	Satu.kz — все товары и услуги Казахстана	1 023 420	7 288 133
13	КАРАВАН	600 714	2 982 167
14	Телеканал КТК	523 794	5 540 330
15	Киви - Казахстанский видео-сервис	926 118	10 732 026

По данным SimilarWeb - www.similarweb.com [4]

Согласно рейтингу SimilarWeb, наиболее популярные площадки в Казахстане — социальные сети (Вконтакте, Одноклассники, Facebook), поисковые системы (Google, Яндекс), портал Mail.ru, а также видео хостинг YouTube [4].

При освещении специфики субъектов интернет-маркетинга в РК необходимо разделить их на ряд категорий: компании, осуществляющие маркетинговые исследования посредством сети, предприятия занимающиеся продвижением товаров и услуг, а также субъекты электронной коммерции.

При осуществлении маркетинговых исследований субъекты рынка могут рассматриваться как в качестве физических, так и юридических лиц. Так, например, исследования могут носить кабинетный характер и заключаться в поиске и анализе информации и в данной ситуации практически невозможно отследить тип организации. В другой ситуации предприятия могут проводить открытые исследования посредством интернет-опросов, экспериментов и пр.

Продвижением товаров и услуг посредством сети интернет в настоящее время занимается значительная часть субъектов рынка. Интернет-реклама является одним из наиболее динамично-развивающихся сегментов. Самыми распространенными инструментами онлайн-маркетинга можно назвать: SEO (search engine optimization); контекстную рекламу; медийную рекламу; SMM (social media marketing); вирусный маркетинг; e-mail – рассылки и контент-маркетинг.

По данным TNS Central 71% бюджета рекламного рынка приходится на топ-50 рекламодателей. В первом полугодии 2016 года в первую десятку компаний вошли: Lamoda.kz, Базис-А, Alser Computers, Бизнес молодость, Приват Трэйд, Банк Каспийский / Kaspi Bank, Колеса (ТОО), Talapi.kz, Аксай-Инвест, Chocolife me и пр. Рейтинг субъектов рынка интернет-рекламы анализировался посредством наличия определенных атрибутов: количество используемых Интернет сайтов, период присутствия, количество баннеров Asia [4].

Рынок электронной коммерции РК представлен рядом наиболее популярных категорий: авиа и ж/д билеты, одежда и обувь, бытовая техника. В целом в сегменте электронной коммерции насчитывается более 600 компаний.

Структура интернет покупок показала, что наибольшим доверием среди казахстанцев пользуются продажа и бронирование авиа и ж/д билетов. Лидерами сегмента стали компании: Air Astana (71%), Қазақстан Темір Жолы (13%), Aviaata (6%), Chocotravel (4%).

Крупные игроки рынка по категории одежда и обувь - Lamoda с долей в 43%, ОТТО Казахстан (22%), Wildberries (16%), AliExpress (11%), KupiVip (8%). Сегмент продажи электроники и бытовой техники: Sulpak (30%), Белый Ветер (17%), Alser (13%), AliExpress (11%), Технодом (11%), Chocomart (8%), Disti (7%), Мечта (3%).

Данные характеризующие субъектов рынка предопределяют дальнейшее расширение использования сети интернет в маркетинговой деятельности.

По результатам проведенного аналитического обзора необходимо отметить положительную тенденцию развития интернет маркетинга в Республике Казахстан, ставшую результатом определенных факторов влияния. Таким образом, ежегодное увеличение числа пользователей интернет породило возникновение масштабной аудитории потребителей, что в свою очередь повлияло на активизацию деятельности субъектов рынка. Помимо, этого ежегодные объемы бюджета на интернет-маркетинг увеличиваются, что также прогнозирует динамичное развитие рынка в будущем.

Список литературы:

1. Internet World Stats - www.internetworldstats.com.
2. NetIndex Rate - www.netindex.com.
3. TNS Central Asia - www.tns-global.kz.
4. SimilarWeb - www.similarweb.com

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОДУКТА НА ОСНОВЕ МУЛЬТИАТРИБУТИВНОЙ МОДЕЛИ ВЫБОРА ТОВАРА

Кожамкулова Ж.Т. – к.э.н., доцент

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Маркетинг призван изучать потребности с точки зрения их разнообразия. Поведение потребителя неоднозначно, сложно, многовариантно, мультиатрибутивно. Возникает необходимость анализа мнений, позиций потребителя, стиля его потребления, поведенческих реакций при выборе и покупке товара. Стратегический маркетинг, как маркетинг отклика, способен менять позиции маркетинговой деятельности в нужном русле и предоставить производителям немалый арсенал действий, наделенных конкурентными преимуществами. Поэтому изучение вопросов определения фирмой товаров, имеющих конкурентные преимущества на рынке на основе определенных методов анализа является необходимым в деятельности предприятия.

Последовательность подобного анализа может быть следующей:

- определение конкурентных преимуществ товара;
- изучение поведения потребителей при выборе товара;
- оценка атрибутов товара;
- выбор марки товара, имеющей конкурентные преимущества на рынке.

Конкурентное преимущество – это обладание фирмой особыми уникальными характеристиками (атрибутами), которые отличают ее от других субъектов и предоставляют возможность успешно конкурировать и развиваться.

Конкурентные преимущества должны быть реализованы на рынке. В противном случае, они не являются реальными преимуществами, приводящими к росту развития фирмы. *Конкурентные преимущества могут относиться ко многим областям деятельности фирмы: непосредственно к товару, системе ее обслуживания и продвижения.*

Далее необходимо понимать, что поведение потребителей основано на мультиатрибутивной модели выбора товара. Понятие «атрибут» означает выгоду, ценность, которую ищет потребитель в товаре. Это именно те блага, которыми руководствуются потребители при выборе и принятии решения о покупке. То есть покупается не продукт как таковой, а та услуга, которую он оказывает. В товаре должны присутствовать как базовые, также и дополнительные свойства, важные для потребителя. Для потребителя бывает ценным не только основная, базовая функция товара, а его дополнительные функции, в том числе и эмоциональные. Получается, что при покупке потребитель руководствуется огромным количеством атрибутов и поэтому появилась мультиатрибутивная модель выбора товара.

В экономической литературе представлены следующие модели мультиатрибутивного выбора товара. Классическая модель товара Ф. Котлера состоит из трех уровней. В любом товаре можно выделить эти уровни: первый – товар по замыслу – представляет основную выгоду товара; второй – товар в реальном исполнении – включает такие потребительские характеристики, как: функциональные атрибуты, качество, торговая марка, внешний дизайн, упаковка; третий – товар с подкреплением – предлагает потребителю сервисное обслуживание.

В маркетинге важным является первый уровень, то есть товар по замыслу. Необходимо понять, что же в конечном счете хочет получить клиент: просто набор основных необходимых характеристик товара, которые позволят ему бесперебойно функционировать или же нечто другое. Потребителю не важно и он не задумывается о том: где, в каком количестве, как был произведен товар; каковы его детали и как они работают. Для него больше важен образ товара, точно соответствующий его внутренним потребностям. Поэтому надо выявить внутреннюю составляющую товара, которая состоит из отдельных его конкретных характеристик и которые в совокупности представляют «истинную» причину поиска и покупки его потребителем. Успешные компании, продавая товар, рекламируют его уникальность именно для потребителя.

Впоследствии Ф. Котлер [1, с.258] предложил пятиуровневую модель товара. Согласно этой модели в товаре существуют пять уровней: первый – стержневые выгоды – представляет потребителю основную выгоду от товара для удовлетворения; второй – основной товар – основывается на стержневой выгоде; третий – ожидаемый товар – набор ожиданий потребителя от товара; четвертый – дополненный товар – набор сверх ожидаемых свойств товара; пятый – потенциальный товар – потенциально возможные свойства товара для удовлетворения.

По модели товара В. Благоева [2] существует четыре уровня товара: первый – ядро товара, представляет ключевую услугу товара, представленную потребителю для удовлетворения; второй – физические характеристики товара – включает такие свойства товара, как качество, марка, упаковка и

специальные характеристики товара; третий – расширенные характеристики – определяет дополнительные свойства товара в виде сервисного обслуживания; четвертый – характеристики, связанные с личными качествами потребителя – включает такие свойства товара, которые способствуют тому, что потребитель начинает чувствовать свою «сопричастность» к товару.

Мультиатрибутивная модель товара Ж.-Ж. Ламбена [3] включает несколько уровней. Согласно данной модели Ж.-Ж. Ламбен понимает товар, как совокупность атрибутов, представляющих в первую очередь ядерную услугу, то есть базовое функциональное свойство товара (базовый сервис), а также дополнительные качества, которые подкрепляют и, возможно, усиливают основное свойство товара. Дополнительные услуги (периферийный сервис) делятся на необходимые и добавленные. Необходимые дополнительные услуги – это услуги, сопровождающие ядерную услугу: упаковка, послепродажное обслуживание и другое – имеют физическую, эмоциональную, экономическую, эстетическую основу. Добавленные услуги не связаны с ядерной услугой, представляют дополнительные качества товара. При выборе товара потребители в первую очередь оценивают и сравнивают базовые качества товара, затем дополнительные необходимые и добавленные услуги. Такая оценка может быть самой различной, все зависит от степени их значимости для каждого потребителя в отдельности.

Таким образом, зная, что выбор товара производится на основе многих атрибутов, предприятие должно для себя решить какими свойствами должен обладать тот или иной товар для того, чтобы он был востребован на рынке.

Для оценки всей совокупности атрибутов товара используются различные методы анализа. Совместный анализ на основе декомпозиционного метода основан на ранжировании мнений потребителей относительно предложенных атрибутов товара. Первоначально выбирается набор атрибутов товара. Например, важными атрибутами товара могут являться: качество, вкусовые свойства, состав, полезность и упаковка. Затем определяются показатели важности этих атрибутов. Далее по каждому товару определяется степень присутствия атрибутов. Впоследствии рассчитывается отдельная (частная) полезность по каждой марке, равная произведению важности атрибута и степени присутствия, а также общая полезность марки, равная сумме частных полезностей (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ атрибутов товара

Показатели	Атрибуты					
	качество	вкус	состав	полезность	дизайн упаковки	общая полезность
Важность атрибута	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1	1
Степень присутствия:						
Товар 1	4	4	3	3	4	-
Товар 2	4	3	4	5	5	-
Товар 3	5	5	4	5	3	-
Частная полезность:						
Товар 1	0,8	0,8	0,6	0,9	0,4	3,5
Товар 2	0,8	0,6	0,8	1,5	0,5	4,2
Товар 3	1	1	0,8	1,5	0,3	4,6

В соответствии с данными таблицы наиболее приемлемым для потребителей является товар под третьим номером. Именно с помощью этого товара фирма может достигнуть конкурентных преимуществ на рынке.

Список литературы:

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг-менеджмент. Экспересс-курс. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2008.
2. Благоев В. Маркетинг в определениях и примерах. – СПб.: Два-Три, 1993.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. СПб.: Питер, 2007.

ЖЕРГІЛІКТІ БІЛІК ДЕҢГЕЙІНДЕ ЖҰМЫС БАСТЫЛЫҚПЕН ЖҰМЫССЫЗДЫҚТЫ БАСҚАРУ

Көпжанов Қ.С. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Жұмыссыздық – елдегі еңбекке қабілетті тұрғындардың бір бөлігі өзіне пайдалы еңбекпен айналысатын кәсіп таба алмай дағдаратын әлеуметтік-экономикалық құбылыс. Экономикалық әдебиеттерде кез келген қоғамдағы жұмыссыздық құбылыстары сипатына байланысты фрикциялық жұмыссыздық, құрылымдық жұмыссыздық, циклдік Жұмыссыздық болып ажыратылады. Фрикциялық жұмыссыздық – қызметкерлердің жұмыс орнын ерікті түрде ауыстыруымен және жұмыстан уақытша босау кезеңдерімен байланысты (қызметкерлердің бір жұмыстан екінші жұмысқа ауысқан кездегі уақытша жұмыспен қамтылмауы) құбылыс. Құрылымдық жұмыссыздық – елдегі тұтыну тауарларына сұранымның құрылымында және өндіріс технологиясында болатын өзгерістер салдарынан пайда болатын құбылыс. Бұл жағдайда қызметкер не өзінің кәсібіне (мамандығына) сұранымның жоқтығы салдарынан, не жұмыс алу үшін жеткілікті біліктілігінің жоқтығы салдарынан жұмыссыз қалады.

Жұмыссыздық түрлері

◦ **Уақытша жұмыссыздық.** Бұл жұмыссыздық уақытша болдады, ол адамдардың жұмыс орнын ауыстыра бергісі келгеннен туады. Алайда бір жұмыс орнынан екіншісіне көшу белгілі бір уақытты керек етеді, әсіресе жаңа жұмыс орны елдің басқа бір аймағында болса. Осы аралықта адамдар жұмыс істемейтін уақыт уақытша (фрикциялық) жұмыссыздыққа жатады.

◦ **Құрылымдық жұмыссыздық.** Жұмыссыздықтың бұл түрінің пайда болуына техникалық прогресс себепші, өйткені бұл процестің нәтижесінде кейбір мамандықтар өшіп, олардың орнына жаңа мамандықтар дүниеге келеді. Әсіресе біздің елімізде соңғы он жылда құрылымдық жұмыссыздық айқын қылаң берді. Әміршіл экономиканың нарықтық экономикаға көшу барысы бір мамандыққа сұранымның азайып, екінші мамандыққа өсуімен қатар жүрді. Мұндай жағдайда жұмыссыз қалған адамдардың жаңа жағдайға бейімделе білуі, еңбек нарығында сол сәтте сұранымға ие жаңа мамандық алуға құлшыныс таныта білуі маңызды.

◦ **Маусымдық жұмыссыздық.** Маусымдық жұмыссыздық қызметі белгілі бір маусым кезінде жүретін жекелеген салаларға тән. Бұл әсіресе қысы мен жазы климат жағдайы бойынша күрт өзгеше болып келетін елдерге қатысты.

◦ **Циклдік жұмыссыздық.** Жұмыссыздықтың бұл түрі елдегі экономикалық құлдырау кезінде бой көрсетеді. Құлдырауға барлық дерлік тауар және қызмет көрсетулерге сатып алушылар сұранысының төмендеуі, өндірістің қысқаруы, демек жұмыс орындарының қысқарып, жұмыссыздар санының көбеюі тән болып келеді.

Жұмыссыздықтың салдары қандай болады және ол қоғамға несімен қауіпті: • Адам еңбегі дегеніміз капитал сияқты жинап қоюға, қордалауға келмейтін айрықша ресурс. Жоғалған жұмыс уақытын орынына келтіру мүмкін емес, сондықтан жұмыссыздық салдарынан шығарылмаған және көрсетілмеген тауар мен қызметтің орны өтелмейді.

• Егер адам жұмысынан айырылса, сөйтіп жалақысыз қалса ол қалайда күнкөріс көзін іздейді. Бұл жағдайда мемлекет жұмыссызға жағдай жасауды өз моынына алады. Алайда жұмыссыздығы үшін берілетін жәрдемақы тауар шығарғаны, қызмет көрсеткені үшін берілген сыйақы бола алмайды, себебі жұмыссыз адам ешнәрсе шығармайды, демек елдің әл-ауқаты да жоғарыламайды.

• Жұмыссыздар санының көбеюі тауар мен қызметке сұранымды азайтады. Халықтың табысының азаюы сұраныстың азаюының бір себебі екендігін ілгеріде көрдік. Тауауға сұраныстың азаюы өз кезегінде өндірістің кемуіне және жұмыссыздықтың одан әрі өршуіне жол ашады, себебі өндірістің кемуі жұмыс орындарының қысқарып, жалақының кемуіне әкелетін жолдың басы. Сөйтіп қоғам өзі құрған тұзаққа өзі түседі.

• Елде жұмыссыздықты саяси жағдайдың шиленісуі өршітіп жібере алады, себебі әбден ашынған халық жұмыстың, ақшаның жоқтығы діңкелеткен адамдар үкімет өзгерсе жағдайымыз жақсара ма деген үмітпен қандай да бір ереуілге, шеруге, төңкеріске қатысуға даяр тұрады.

• Жұмыссыздық қылмыс, әсіресе жастар арасында қылмыс тамырланатын ұя, себебі күнкөріс көзін таба алмаған кісі оның басқа жолдарын, көбінесе қылмыспен пайда табу жолдарын іздестіруге көшеді.

Жұмыссыздықтың себептері

Өнеркәсібі дамыған елдердегі жұмыссыздықтың себептерін талдай отырып, шетел авторлары олардың жекелеген түрлерін тудыратын нақты факторларын қарастырады. Мысалы, АҚШ Конгресі

экономикалық статистика бойынша комиссияның жүргізген зерттеуі, жұмыссыздықтың 70 түрін атаған. Олардың әрқайсысының өзінің ерекше «себептері» бар. Экономистер барлық жұмыссыздықтың түрлерін негізінен екі топқа жіктеп қарайды. Жұмыссыздықтың бірінші тобына – «жиынтық сұранымның жеткіліксіздігінен» туындауын жатқызады, алдыменен циклылық жұмыссыздықты айтамыз. Жұмыссыздықтың екінші тобына – «жиынтық сұраным өзгерісімен байланысты емес: фрикциондық, құрылымдық, технологиялық және басқа түрлерін» жатқызамыз.

Кез келген жұмыссыздықтың болуы – қоғам үшін ең ауыр экономикалық және әлеуметтік сілкініс. Батыс ғалымдардың пікірі бойынша, адамды жұмыссыз деп есептегенде, ол тек жұмыстан айырылып қана қоймай, өзінің абыройын да жоғалтады. Шетелде жұмыстан айырылуды психологиялық зақым ретінде бағалап, тек ең жақын туысқаны қайтыс болғанда алатын стресс деңгейінде қаралады.

Жұмыссыздық қоғамға көптеген зиян келтіреді; инфляцияның өсуіне ықпал жасайды, сондықтан еңбекке қабілетті адамдардың бір бөлігі өнім өндіруге қатыса алмайды. Сөйтіп олар жұмыспен қамтылмағандықтан ақшалай жұмыссыздыққа ақша алады, осыдан барып мемлекеттік бюджеттің шығыс бөлігі өсе түседі. Кез келген жұмыссыздың деңгейімен байланыста болатын экономикалық зиянды анықтау үшін, әлемдік практикада Оукен заңы қолданылады. Бұл заң америкалық экономисі Артур Оукеннің (1724-1780жж) есімімен аталған. Осы заң математикалық тұрғыдан жұмыссыздық деңгейі мен жалпы ұлттық өнім (ЖҰӨ) көлемінің төмендеуі арасындағы байланысты көрсетеді. Егер жұмыссыздықтың сандық деңгейі табиғи деңгейден 1%-ға асса, онда ЖҰӨ көлемінің төмендеуі 2,5% құрайды. Осы 2,5 санымыз – Оукен коэффициенті болып табылады. Мына 1:2,5 қатынасы, бұл жұмыссыздықтың ЖҰӨ көлемінің төмендеуіне қатынасы болып табылады және жұмыссыздықпен байланысты өнімнің абсолюттік зиянын анықтауға көмектеседі. Қазақстанда еңбек саласына нарықтық қатынастарды еңгізу 1991 жылы Қазақстан

Республикасының «Еңбек ету туралы» Заңын қабылдаудан басталды, онда жұмыссыздық, еңбек нарығы, еңбекке сұраныс пен ұсыныс, т.б. ұғымдар бірінші рет көрсетіледі.

Қазақстандағы жұмыссыздық 2011 жылы 5,4% құрап 2010 жылғы 5,8%-бен салыстырғанда төмендеген деп хабарлайды статистика агенттігі. Бұл туралы "Қазақстан жаңалықтары" агенттігі жазады.

2011 жылдың соңында Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі жұмыспен қамту органдарына 36,6 мың жұмыссыз ресми тіркелді. Тіркелген жұмыссыздар үлесі халықтың экономикалық белсенді бөлігінің 0,4% құрады (2010 жылы – 0,4%).

ҚР Статистика агенттігінің мәліметіне сәйкес, 2011 жылы ҚР-да жұмыссыз тұрғындардың жалпы саны тұтастай 473,0 мың адамды құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 23,6 мың адамға (4,7%-ға) аз.

Жұмыссыздар деңгейі – 5,4% (2010жылы – 5,8%). Жұмыссыз ер адамдардың үлесі 43,3%, әйелдердің үлесі– 56,7%. Өткен жылы жұмыссыз жастардың (15-24 жастағы) жалпы саны 12,2%-ды, немесе 57,9 мың адамды құраған болатын.

Рейтинг регионов Казахстана по уровню депрессивности

Позиция	Регион	Отток населения	Прожит. минимум	Доходы населения	Безработица	Местный бюджет	Крупный бизнес	Преступность	Итоговый коэффициент
1	Северо-Казахстанская	4 848	18 095	46 678	5,0	1 542	68	4 906	2,77
2	Кызылординская	5 475	17 975	48 884	5,2	3 569	88	5 729	3,08
3	Ақмолинская	5 102	18 497	46 468	5,2	3 710	92	7 412	3,14
4	Ақтөбінская	4 673	17 140	57 747	4,9	4 478	99	10 830	3,31
5	Павлодарская	6 254	18 228	60 318	5,0	2 951	108	9 803	3,35
6	Западно-Казахстанская	5 638	18 534	59 152	5,1	7 287	80	5 752	3,44
7	Жамбылская	8 433	17 341	36 658	5,2	7 934	76	8 863	3,53
8	Атырауская	3 475	20 505	117 671	5,0	5 104	84	4 292	3,66
9	Восточно-Казахстанская	10 428	20 057	51 409	5,1	-1 055	185	16 073	3,72
10	Мангистауская	4 464	23 900	92 495	5,5	5 809	85	3 562	3,76
11	Костанайская	7 158	18 303	50 033	5,2	9 251	124	12 913	3,97
12	Алматынская	13 898	20 184	43 217	4,9	10 028	114	12 897	4,36
13	Қарағандынская	9 788	18 022	65 067	4,9	13 698	160	15 544	4,68
14	Южно-Казахстанская	17 353	17 342	34 336	5,5	10 533	201	14 023	4,73
15	г. Астана	8 789	22 787	94 421	5,5	10 991	248	17 343	5,24
16	г. Алматы	14 353	21 228	101 803	5,6	13 463	487	25 497	6,56

Жұмыссыздықтың экономикалық және әлеуметтік салдары мен зардаптары

Көбіне жұмыссыздықтың экономикалық әсері сипатталады да, кумулятивті характерге ие әлеуметтік әсері ескерусіз қалады. Бірақ та жұмыссыздықтың елдің жағдайына тигізетін әсері көбіне әлеуметтік жағдаймен өлшенеді.

Әлеуметтік салдары:

Кері әсерлер:

1. Криминогенді жағдайдың өршуі
2. Әлеуметтік кернеудің өршуі
3. Физикалық және психологиялық аурулардың көбеюі
4. Әлеуметтік дифференцияның өсуі
5. Еңбек белсенділігінің төмендеуі

Пайдалы әсері:

1. Жұмыс орнының әлеуметтік маңызының артуы
2. Өз бос уақытының көбеюі
3. Жұмыс орнын таңдаудағы еркіндік
4. Әлеуметтің мән мен еңбек құндылығының артуы

Экономикалық салдарлар:

Кері әсерлер:

1. Алған білімнің құндылығын жоюы
2. Өндірістің төмендеуі
3. Жұмыссыздарға көмек шығындары
4. Квалификациясын жоғалту
5. Өмір сүру деңгейінің төмендеуі
6. Ұлттық табыстың төмендеуі
7. Салықтың аз жиналуы

Пайдалы әсері:

1. Экономиканы қайта жарақтауға жұмыс күшінің резервін жасақтау
2. Еңбекке бейімділігін өсіру мақсатында жұмысшылар арасында конкуренция
3. Білімін жоғарылату үшін уақыт
4. Еңбек өнімділігі мен өндіріс интенсивтілігі жоғарылауы [6]

Жұмыссыздықтың зардаптары:

1. Жұмыссыздық (циклдық) жағдайында - өндіріс мүмкіншілігін толық пайдаланбағандықтан ұлттық байлықтың азаюына келеді. Бұл жағдайда:

- халықтың сатып алу қабілеті төмендейді;
- қазына – қор қысқарады;
- инвестицияға сұраныс қысқарады;
- өндіріс құлдырайды.

2. Ұзақ мерзімде болатын жұмыссыздық жағдайында жұмыссыз адамдардың біліктілігі жоғалады.

3. Жұмыссыздықтың өсуі қоғамда қылмысты істердің өсуіне және халықтың әлеуметтік жағдайының төмендеуіне әкеледі.

Әдебиеттер тізімі:

1. Мамырова Н.Қ., Тілеужанова М.Ә.: «Макроэкономика». Оқу құралы.- Алматы: Экономика, 2004
2. Макроэкономика: оқу құралы/Жалпы ред.басқарғандар: Ә.Ә. Әбішев, К.А.Хубиев. Басылым ықшамдалып алынды. –Алматы: «Экономика», 2008.-368 бет.
3. Мамыров Н.Қ., Тілеужанова М.Ә. Макроэкономика. Оқулық. - Алматы: Экономика, 2003.-432 бет.
4. Байболов А. Халықты жұмыспен қамту// Саясат.-2007.-№7.-77б.
5. Мұхаммедов Ә. Еңбек нарығының негізгі көрсеткіштері жайлы түсінік// Жаршы.- 2005.-№6
6. Экономическая теория под ред. В.Д.Камаева. М.: 1999
7. Иванов Ю.Н. Экономическая статистика. - М.:Инфра-М, 2000.-480 с.
8. Крымова В. Экономикалық теория: Кестелі оқу құралы.-Алматы: Аркаим, 2003.-120 б.
9. Курс экономической теории: Учебное пособие/ Под.ред. Сидоровича А.В. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: «Дело и Сервис»,2001
10. Еңбек ресурстарын қолдану механизмдерін жетілдіру // Қазақ ұлттық аграрлық университетінің хабаршысы-2008.-№3.-Б.58-62.

ҚР-ДА БОРЫШКЕРЛЕРДІ ОҢАЛТУ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ ТУРАЛЫ

Кунанбаева Д.А. – д.э.н., доцент

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

ҚР-ның Президенті Н.Ә.Назарбаев өз халқына жолдауында "Қазақстан жаңа ғаламдық шынайылықта: өсу, реформалар, дамыту" бәсекелестік саласындағы саясат тиімсіз компаниялардың банкроттық және оңалту үдерістерін тиімді реттеумен бірге жүруі қажеттігін атап өтті, сонымен қатар өкіметке жеке және заңды тұлғалар үшін банкроттықтың айқын тәртібін әзірлеуді тапсырды [1].

Дәрменсіздік (банкроттық) институтының рөлі мемлекеттің макроэкономикалық стратегияларын орындауынан көрінеді, сондай-ақ мемлекеттің өндірістік әлеуетін сақтауға көмектеседі және әдетте бұл бүлдіруші емес, жасампаз күш болып табылады.

Алайда, ҚР-ның тәжірибесі көрсеткендей, кәсіпкерлік субъектілері банкроттықтың рәсімдерін сауықтыру механизмінің тетігі ретінде қарастырмайды. Соңғы бірнеше жыл ішінде дәрменсіз борышкерлердің тек 5% ғана оңалту процедураларын жүргізеді, ал қалғандары таратылады. Бұл тәжірибеде кездесетін бірқатар мәселелермен түсіндіріледі.

Біздің экономикамызда дәрменсіздік бойынша мамандардың кәсібилігі мен жұмыстарының сапалылық мәселелері ерекше өзекті болып табылады.

Кәсіби басқарушы – бұл білікті заңгердің білімі мен дағдыларын меңгерген, тәжірибелі экономист және шебер психолог, ең бастысы басқарушылық тәжірибесі бар адам деп түсіну қажет. Заңдарды білу, саяси және экономикалық жағдайларға бағдарлану, ұжымдық жұмысты тиімді ұйымдастыру, табысты келіссөздер жүргізу, жанжалдарды шеше білу – бұл дағдарысқа қарсы басқаруда кәсіби маман үшін табысты бедел қалыптастыратын ең қажетті қасиеттер.

Мемлекет және бизнес банкроттық рәсімдердің лайықты сыйақы алатын кәсіби басқарушылардың жетекшілігімен жүргізілуіне мүдделі. Олай болмаған жағдайда, сыбайлас жемқорлық тәуекелдері артады.

Борышкер-ұйымның мәселелері көп жағдайда басқарушы орындайтын жұмыс көлемі жеткілікті көп, қабылданатын шешімдердің күрделілігі және оларды жүзеге асыру жауапкершілігі осы жұмыс үшін төленетін төлемнен [2, 13бап] өлшемсіз деңгейде жоғары екені тәжірибеден белгілі. Көбінесе, егер борышкерде қаржы жеткіліксіз болса, басқарушы ең төменгі белгіленген сыйақыны да алмайды.

Дәрменсіздік бойынша мамандық – Ұлыбританиядағы ең беделді және жоғары төлемді мамандықтардың бірі. Осыған себеп болатын - шетелдегі кәсіби басқарушы қызметін ұйымдастыру қағидалары, оларға жатады:

- кәсіби қызмет тәжірибесін және білім деңгейін алу бойынша мамандыққа кірудің жоғарғы стандарттары;

- банкроттық рәсімге тағайындалатын тұлғаның сыйақы тек қана борышкердің активтеріне тәуелді болады, осы соттың рәсімге кімді тағайындау керек екенін шешетін критерий болып табылады: аз активтері бар борышкер ұйымдарға – мемлекеттік қызметкерлер тағайындалады (шағын кәсіпорындардың банкроттығы), көп активтері бар ұйымдарға – дәрменсіздік бойынша жеке тұлғалар тағайындалады.

Өкінішке орай, біздің ұйымдастырушылық-құқықтық шарттарарымызда дағдарысқа қарсы басқарудың кәсібилігін ынталандыратын құралдар жоқ. Жоқ болған борышкерлерді мемлекет өзі тарататын 003 Республикалық бюджеттік бағдарламасы қазір жоқ. Басқаны айтпағанда, дәрменсіздік саласында көп үлес алатын «бос»-кәсіпорындар басқаруға алынады. Бұл тәсіл дағдарыс-басқарушылардың кәсібилігін арттыруға жағдай жасамайды.

Қазіргі әлемдік экономиканың банкроттық істердегі кәсіби басқарушылардың қызметін табысты ұйымдастыру қағидалары ұлттық ерекшеліктерді ескеріп ҚР-ның ұйымдастырушылық-құқықтық және экономикалық саясатымен құрылатын шарттарда көрсетілуі тиіс.

Банкроттық және оңалту институтының, дағдарысқа қарсы басқарудың тиімділігін арттыру үшін дәрменсіздік рәсімдерін басқарушылардың қызметін реттейтін тиімді жүйесін құру қажет.

Ұйым дәрменсіздігін реттеу жүйесі мемлекет, оның уәкілетті органының қатысуымен қалыптасуы қажет. Қазір республикада бұл функцияны ҚР Қаржы министрлігінің Салық комитеті жүзеге асырады. Сонда, мемлекет уәкілетті орган атынан дәрменсіздік саладағы басқарушы қызметінің стандарттарын анықтайды, сол уақытта борышкердің салық өтеу тұрғысынан кредиторы болып табылу бұл қисынсыз жағдай. Мұндай жағдайда, «Ақжол» демократиялық партиясының төрағасы А. Перуашев айтқандай [3], кредиторлардың бірі банкроттық және оңалту рәсімдерін басқарушыны тағайындауда теңдессіз құқықты бөледі, басқа кредиторлардың шешімдерімен келіспейді, басқарушы қызметін бағалай отырып оны жазаға тартады. Бұл тиісінше басқа да кредиторлардың құқықтарын бұзуға әкеліп соқтырады және жемқорлыққа жағдай жасайды.

Шетелдік тәжірибе мұндай құбылыс жоқ. Мысалы, Ұлыбританияда банкроттық бойынша мемлекеттің уәкілетті органы Кәсіпкерлік және инновация министрлігінің Дәрменсіздік қызметі болып табылады [4].

Бүгінгі экономикада ұйымның экономикалық дәрменсіздігін тиімді мемлекеттік реттеу мемлекет өзіне тек бақылау және ынталандыру функциясын қалдырып, ал дәрменсіз ұйымды оперативті басқару функцияларын өзін-өзі реттейтін кәсіби ұйымдарға беруді білдіреді.

Кейбір шет елдерде банкроттық бойынша мемлекеттік өкілеттіліктерге қысқаша шолу, бұл кілттік элементте дәрменсіздік жүйесі өте қатты ұлттық ерекшелікке ие екенін көрсетеді. Соған қарамастан, банкроттық бойынша мемлекеттік орган қызметтерінің ортақ сипаттамасы бар: бұл ұлттық өзін – өзі реттеу ұйымдарымен жақын ынтымақтастықта болу, оларға: 1) заңгерлер қауымдастығы, 2) сертификаты бар қаржылық сарапшылар, 3) дәрменсіздік бойынша тәжірибешілер, 4) нақты дәрменсіздік рәсіміне маманданған арбитраждық менеджерлер.

Шет елдерде мемлекеттік органдар мен өзін өзі реттеу ұйымдары банкроттық саласында ынтымақтастықты дәрменсіздік бойынша тәжірибешілерді лицензиялау (немесе мамандыққа қол жеткізудің басқа нысаны), оларды дайындау, кәсіби және этикалық кодексті әзірлеу, арыздарды қарау және тәртіптік іс-әрекеттерді қабылдау, банкроттық рәсімдерде дәрменсіздік бойынша тәжірибешілерді тағайындау сияқты бағыттармен жүзеге асырады.

Мысалы, Ұлыбританияда Дәрменсіздік Қызметі басқа функциялардың арасында:

- дәрменсіздік бойынша тәжірибешілердің кәсіби қауымдастығына (өзін өзі реттейтін ұйымдарға) уәкілетті орган құқықтарын береді. Осы қауымдастықтарға дәрменсіздік бойынша тәжірибешілерді лицензиялау, дайындау, олардың қызметін бақылау, арыздарды қарау және тәртіптік іс шаралар қабылдау, банкроттық рәсіміне басқарушыны тағайындау бойынша өкілеттер беріледі;

- борышкердің активтері өтемақыны төлеуге жеткіліксіз банкроттық жағдайында ұйымды тарату бойынша басқарушының функцияларын орындайды.

Мемлекеттің өзін өзі реттеу ұйымдары (ӨРҰ)-мен ынтымақтастық нысандары немесе жоғарыда көрсетілген салаларға ӨРҰ-дың қатысуы үш санаттың біріне жатады:

1) мемлекет уәкілетті орган атынан ӨРҰ-ды өзінің кейбір функциялары мен өкілеттіліктерін жүзеге асыруға тартады; мемлекеттік орган рөлі жоғары – ӨРҰ рөлі төмен (Канада және США);

2) заң өкілеттілікті беруге рұқсат береді және мемлекеттік органға өкілеттілікті беру құқығын бөледі. Мемлекеттік орган ӨРҰ (бір немесе бірнеше) таңдайды және оларға өздерінің функциялары мен өкілеттілігін береді; рөлдері шамамен бірдей (Ұлыбритания және Солтүстік Ирландия Құрама Корольдігі);

3) дәрменсіздік саласында ӨРҰ белгілі-бір функциялар мен өкілеттіліктерді жүзеге асыру заңмен белгіленген; мемлекеттік орган рөлі төмен, ӨРҰ рөлі жоғары (Австрия, Германия, Нидерланд).

Осылайша, мемлекеттік органдардың ӨРҰ-мен ынтымақтастығының оңтайлы нысанын қалыптастыру дәрменсіздік саласында әртүрлі қатысушылардан басқарушылық тәуелсіздікті қамтамасыз ету және банкроттық рәсімін жүзеге асыру нәтижесінде олардың жауапкершілігін жоғарлату есебінен басқарушылық тиімділікке ықпал етеді.

Келесі мәселе - оңалту рәсімін жүргізуге мүдделі тұлғалардың жоқ болуы және борышкерді тарату мен оның мүлігін бөлуге мүдделі тұлғалардың көп болуы.

Біріншіден, отандық тәжірибеде банкроттықты алдын алу мақсатымен борышкердің өз бизнесін қорғау құқығы дәрменсіздік (банкроттық) институты арқылы жүзеге асырылмайды. ҚР-ның «Оңалту және банкроттық» туралы Заңы борышкердің төлемқабілеттілігін уақытша еңсеруге болатын қиындықтар болған жағдайда қалпына келтіруге болатындығын болжамдайды. Бұл заңнаманың 11 бабына сәйкес, борышкер көрсетілген мерзімде өз міндеттемелерін орындай алмайтындығын дәлелдейтін жағдайлар бар болса борышкер оңалту рәсімдерін қолдану туралы арызымен сотқа жүгіне алады. Сонымен қоса, бұл заңнаманың 47 бабына сәйкес оңалту рәсімін енгізген сәттен бастап борышкердің барлық қарыз түрлері бойынша айыппұл, өсімпұл сияқты есептеулер тоқтатылады, соның ішінде несие бойынша сыйақы мөлшемелерін есептеу де тоқтатылады [2].

Бірақ, тәжірибе көрсеткендей, бұл жағдайды адал емес меншік иелері қолданып кеткен болатын. Олар арыз беруге құқықтарын теріс мақсаттарда, яғни банкроттықты алдын алу мақсатында емес, банкроттық рәсімдері жүріп жатқан уақытта өз қарыздарын ұзақ мерзім бойы төлемеу мүмкіндігін алу үшін қолданады. Банкроттық жолымен олар өздерінің білікті емес немесе заңсыз іс-әрекеттерін жабуға тырысады. Борышкерлер төлей алмайтын қарыздарын шегеру үшін немесе төлегісі келмейтін қарыздары үшін жауапкершілік алғысы келмейтін кезде өздерінің банкроттық бастамашылығын қолданатын жағдайлар жиі кездеседі. Бұндай борышкерлер оңалтуға емес таратылуға бағытталады.

Әрине, осындай жағдайларда отандық заңнамада борышкер жалған немесе қасақана банкроттық туралы баршаға хабарландыру жасаған болса субсидиарлық жауапкершілік қарастырылған [2, 6 бап].

Уақытша қаржылық қиындықтарға тап болған адал кәсіпкерлер бизнесті қалпына келтіру үшін оларға заңнама ұсынған құқықты қолданбауды жөн көреді. Тіпті олар банкроттық туралы көрсетілген заңнамалық нормаларын қолдану тиімсіз және қауіпті деген ой түйеді. Себебі, тәжірибеде банкроттық туралы арыз беруде борышкер қандай жағдайда адал қызмет атқарғандығын, ал қандай жағдайда жалған банкроттық туралы айтылып жатқандығын анықтау өте қиын. Адал борышкерлердің бизнесін қалпына келтіруге мүмкіндік беретін банкроттық институтына өзінің дәрменсіздігі туралы ерікті арыз беруіне сенімсіздік білдіру жоғарыда көрсетілген статистикада дәрменсіздік рәсімдеріндегі борышкерлердің көпшілігі таратылатынынан одан әрі күшейеді.

Осылайша, қазірге кезде адал борышкерлер үшін және олардың иелері үшін банкроттық институты олардың құқығын және мүдделерін қорғауда толыққанды құрал болып табылмайды. Соңғы нәтижеде, адал борышкерлер банкроттық рәсімдеріне өте кеш, теріс факторларға қарсыласу мүмкіндігін толығымен құртып, таратуға іс-жүзінде дайын болған кезде келеді.

Жоғарыда айтылған мәселені шешу үшін борышкер тарапынан банкроттық туралы іс қозғауды келесідегідей өзгерткен жөн: ол банкроттық туралы арызымен емес, қаржылық сауықтыру туралы арызымен жүгіну тиіс. Банкроттық институтын олар өз ұйымдарын таратуды болдырмау механизмі ретінде қолдана алуы қажет, яғни борышкердің арызы оны қалпына келтіруге мүмкіндік жоқ кезде емес, әлі дағдарыстық жағдайдан шығу мүмкіндігі мен ресурстары бар кезде берілуіне ықпал ету қажет.

Соңында, отандық тәжірибеде дәрменсіздік институтының оңалту рәсімдері банкроттық жайлы арыз беру және істі қарау жағдайды туындатқан меншік иелерінде кәсіпорындарды сақтап қалуға мүмкіндік береді. Бұл бизнесмендердің бюджеттік қаражаттардың өтеусіз болуына арқа сүйеуге бейімделуге алып келеді [5]. Сол себепті, Қазақстандағы дәрменсіздік институтының оңалту мақсаттарына көзқарастарды өзгерту керек. «Нарықтық экономика – бұл күштілердің бәсекелестігі. Жеңілгендер нарықтан кету немесе бәрін жаңадан бастауы қажет. Бізде басқаша. Тиімсіз компаниялар әртүрлі субсидиялар, жеңілдіктер соңына кезекке тұрып, мемлекетке қол созады» - деп ҚР-ның Перзиденті Н.Назарбаев атап өткен болатын [1].

Дәрменсіздік (банкроттық) институты әлеуметтік-экономикалық институт болып табылады, және оның мақсаты епсіз және жосықсыз иелерінің басқаруындағы бизнес, кәсіпорынды, мүліктік кешенді сақтау болуы мүмкін емес. Меншік тиімді басқарылуы тиіс.

Дәрменсіздік институтында оңалтудың мәнін түсіну үшін тәсілдерді өзгерткен жөн болып табылады. Епсіз меншік иелерді емес, іс-әрекетке қабілетті бизнесті оңалту қажет, егер оны сақтауға мүмкіндік болса және ол тиімді жұмыс істесе.

Қарастырылып отырған тәсіл бойынша дағдарысқа қарсы қайта құрылымдау дағдарыс-менеджменттің ең тиімді сауықтыру механизмі болуы мүмкін. Дағдарысқа қарсы қайта құрылымдау борышкердің мүлкі құрамынан бизнес үшін мүліктік кешенді қажетті және жеткілікті бөлуді және оны бір лотпен сатуды көздейді. Осылайша, бизнес өзінің іс әрекеттерімен оны банкроттыққа дейін жеткізетін тиімсіз меншік иелерінен алынады. Нәтижесінде, бизнес толығымен немесе жұмысқа қабілетті бөлігінің көлемінде сақталуына мүмкіндік туады.

Көпшілік мүдделі тараптардың көзқарасы бойынша бұл әдіс табысты болып келеді. Жұмыс беруші және салық төлеуші ретінде бизнестің сақталуына мемлекет те мүдделі, сонымен қатар кредиторлар да мүдделі тараптар болып табылады. Бағалау теорияларына сәйкес, әдетте кәсіпорынның тарату құнынан жұмыс істеп тұрған бизнестің құны жоғары болады. Жалпы алғанда, бизнес жоғары бағамен сатылуы мүмкін және оның кредиторлардың алдындағы қарыздарын өтеуге көп қаражат жұмсалыуы мүмкін.

Әдебиеттер тізімі:

1. Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие. Послание главы государства народу Казахстана от 30 ноября 2015г. - // <http://www.akorda.kz>
2. О реабилитации и банкротстве. Закон Республики Казахстан: Практическое пособие. – Алматы: ТОО «Издательство «Норма-К», 2014. – 76 с.
3. Перуашев А. Полемическая экономика: выступления, публикации, письма / А.Перуашев – Алматы, 2016 – С.189.
4. Антикризисное управление казахстанскими предприятиями: состояние, проблемы и перспективы. Итоги круглого стола. Алматы, 18 октября 2013г. / под редакцией доктора экономических наук, профессора Д.А.Кунанбаевой, кандидата юридических наук, юриста А.А.Абикенова. – Алматы: Қазақ университеті, 2013. – 72 с.
5. Н. Сабильянов выступил против «бездонного» кредитования бизнеса // www.kapital.kz

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ИНИЦИАТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РК КАК ЭЛЕМЕНТ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Кусмолдаева Ж.Ж. – PhD докторант
Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В последние годы в результате предпринимаемых системных мер со стороны государства инновации были определены в качестве стратегически важного направления антикризисного управления Республики Казахстан. Первоначально вопросы инновационного развития нашли отражение в «Стратегическом плане до 2010 года», затем в «Стратегии индустриально-инновационного развития на 2003-2015 годы», Программе по формированию и развитию национальной инновационной системы Республики Казахстан на 2005-2015 годы. Правовое регулирование инновационной деятельности было заложено в связи с принятием в 2006 году Закона РК «О государственной поддержке инновационной деятельности».

Новый импульс для развития инноваций был дан с началом реализации Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию РК на 2010-2014 годы, утвержденной Указом Президента РК от 19 марта 2010 года № 958. Были приняты Отраслевая программа по развитию инноваций и содействию технологической модернизации на 2010-2014 годы, Межотраслевой план научно-технологического развития страны до 2020 года. Меры стимулирования инноваций были закреплены в Законе «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности», в 15-ти сопутствующих законах и 35-ти подзаконных нормативно-правовых актах.

В целях дальнейшего содействия вхождению Казахстана в число 30-ти конкурентоспособных стран мира на основе развития новых технологий и услуг в 2013 году Указом Президента РК Н.А. Назарбаевым принята Концепция инновационного развития Республики Казахстан до 2020 года [1], [2],[3].

Кроме того, были сформированы базовые институты инновационной деятельности: АО «Национальное агентство по технологическому развитию»; 8 региональных технопарков; специальная экономическая зона «Парк инновационных технологий»; 4 конструкторских бюро; 15 офисов коммерциализации; 4 отечественных венчурных фондов. За последние годы государство сумело создать институциональный каркас всей национальной инновационной деятельности. С принятием в 2010 году ГПФИИР Казахстан вступил на рельсы масштабной индустриализации как основы перехода к инновационной экономике. Так как опыт Японии, Южной Кореи, Китая показывает, что к инновациям, минуя индустриализацию перейти невозможно. Ведь инновации возникают в массовом виде лишь через промышленность, а затем распространяются на иные сферы. [4].

Наряду с этим, осуществляемые реформы заметно оживили инновационную инфраструктуру страны. Так, по опыту зарубежных стран был создан специализированный институт развития по вопросам инноваций АО «Национальное Агентство по технологическому развитию», Принципиально новые объекты инновационной деятельности - Парк инновационных технологий и Назарбаев Университет- призваны стать главными флагманами инновационного развития страны.

Еще одним важным событием в инновационной сфере стало **принятие в 2012 году качественно нового Закона «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности»**. В частности, Закон усовершенствовал терминологию в области инноваций в соответствии с международными тенденциями, в нем более четко распределены компетенции государственных органов, структурирован состав индустриально-инновационной системы, расширен и законодательно закреплён перечень мер государственной поддержки индустриально-инновационной деятельности.

Согласно п.6 ст. 13 Закона уполномоченный орган в области государственной поддержки индустриально-инновационной деятельности, иные государственные органы, а также местные исполнительные органы области, города республиканского значения, столицы при рассмотрении, согласовании и предоставлении мер государственной поддержки субъектам индустриально-инновационной деятельности обязаны руководствоваться одним из следующих критериев:

1) инновационность - направленность на повышение экономической эффективности деятельности путем создания новых или усовершенствованных производств, технологий, товаров, работ и услуг с учетом обеспечения экологической безопасности;

2) конкурентоспособность - преимущество в сравнении с аналогичными индустриально-инновационными проектами, проявляющимися в уровне достигаемой экономической и социальной эффективности, определяемом как отношение достигаемого эффекта к затратам на его получение;

3) масштабность - значимость реализации индустриально-инновационного проекта для индустриально-инновационного развития Республики Казахстан [3].

Согласно Закону Республики Казахстан «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» Национальное Агентство по технологическому развитию является **единым оператором инструментов поддержки инновационной деятельности.**

АО «Национальное агентство по технологическому развитию» (далее - Агентство) создано в марте 2012 года путем реорганизации АО «Национальный инновационный фонд» и АО «Центр инжиниринга и трансферта технологий».

Основной целью Агентства является содействие в обеспечении координации процессов инновационного развития и предоставления мер государственной поддержки.

Одним из ключевых моментов 2012 года стало принятие Закона Республики Казахстан «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» в рамках которого были прописаны компетенции и полномочия Агентства. Внедрена принципиально новая схема предоставления инновационных грантов, расширена линейка инновационных грантов с 4 до 9.

В 2012 году стратегические направления развития Агентства были разработаны и сформированы в соответствии с положениями Государственной программы форсированного индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2010-2014 годы (далее - ГПФИИР), утвержденной Указом Президента РК от 19 марта 2010 года № 958, посланием Президента Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 27 января 2012 года.

Согласно ГПФИИР основными участниками реализации данной программы являются институты развития, в число которых входит и является основным игроком Агентство.

Таким образом, принимая во внимание, что деятельность Агентства направлена на реализацию задач поставленных ГПФИИР, согласно Стратегии развития Агентства до 2015 года, одобренной Советом директоров от 27 февраля 2013 года № 3, основными направлениями деятельности являются:

- информационно-аналитическая поддержка инновационных процессов;
- создание и развитие эффективной инновационной инфраструктуры;
- инвестиционная поддержка инновационных проектов;
- администрирование сервисных инструментов поддержки инноваций;
- пропаганда инновационной деятельности.

С момента создания Национального Агентства по технологическому развитию было идентифицировано более 3000 инновационных проектов, из которых поддержано более 535 [5].

Была налажена система инструментов поддержки инноваций, включающая проектное и венчурное финансирование, инновационные гранты, услуги технологического бизнес-инкубирования, услуги офисов коммерциализации, услуги отраслевых конструкторских бюро, услуги международных центров трансферта технологий и инновационные конкурсы.

В настоящее время в Казахстане представлена широкая линейка инструментов государственной поддержки инноваций.

В соответствии с Законом Республики Казахстан «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» от 9 января 2012 года №534-IV (далее - Закон) к мерам государственной поддержки субъектов индустриально-инновационной деятельности относятся:

- 1) финансирование, включая софинансирование, проектов, лизинговое финансирование;
- 2) предоставление гарантийных обязательств и поручительств по займам;
- 3) кредитование через финансовые институты;
- 4) субсидирование ставки вознаграждения по кредитам, выдаваемым финансовыми институтами, и купонного вознаграждения по облигациям;
- 5) осуществление инвестиций в уставные капиталы;
- 6) гарантированный заказ;
- 7) предоставление инновационных грантов;
- 8) обеспечение квалифицированными кадровыми ресурсами;
- 9) обеспечение инженерно-коммуникационной инфраструктурой;
- 10) предоставление земельных участков и прав недропользования;
- 11) поддержка на внутреннем рынке;
- 12) привлечение иностранных инвестиций;
- 13) развитие и продвижение экспорта отечественных обработанных товаров, услуг [3].

Эффективное развитие инновационной деятельности невозможно без обеспечения активной интеграции всех институциональных структур, как на региональном, так и на государственном уровне.

Такая синергия предполагает создание и развитие инновационной инфраструктуры (технопарков, конструкторских бюро), сервисных и финансовых инструментов государственной поддержки

(технологическое бизнес-инкубирование, инновационные гранты, проектное и венчурное финансирование), а также системы трансферта технологий.

Инициативам казахстанского среднего и малого бизнеса, направленным на трансферт передовых технологий, привлечение иностранных инвесторов для создания современных импортозамещающих производств, развитию инновационной инфраструктуры и инновационным проектам, имеющим перспективы коммерциализации, оказывается и будет оказана государственная поддержка.

Таким образом, со стороны государства были предприняты правовые и инфраструктурные инициативы для развития инновационной деятельности в Республике Казахстан. Это привело к активизации инновационной среды в стране. Тем не менее, следует отметить недостатки в ее развитии. В частности, можно констатировать следующее.

Так, инновационная деятельность на промышленных предприятиях страны находится на низком уровне. Для сравнения: доля инновационно-активных предприятий в США составляет около 50%, среди стран Европейского союза наиболее высокими показателями обладают Германия (79,3%), Швеция (60%), Финляндия (58%). Средний показатель по странам Европейского Союза достигает приблизительно 53%. В Турции – 33%, Венгрии – 47%, Эстонии – 36%, Латвии – 33%, России – 9,1, в то время как в Казахстане -7.6% [6].

Затраты на научные исследования в стране также отстают от мировых расходов. Пороговое значение расходов на научные исследования и разработки по отношению к ВВП как одного из показателей экономической безопасности стран принято считать равным 2%. Рекомендуемая Международным академическим советом доля расходов на науку для развивающихся стран составляет 1-1,5% ВВП. Доля затрат на ИиР к ВВП в Казахстане остается по-прежнему невысокой - 0,17%, [5].

Таким образом, в общемировом сопоставлении Казахстан все еще показывает скромные результаты перехода к инновационному типу экономики. Так, по состоянию на 2015 год доля инновационной продукции в ВВП составила 1,7%, доля объема внутренних затрат на исследования и разработки к ВВП составляет 0,18% [7].

Исходя из этого, для формирования антикризисной траектории развития с позиции инновационной деятельности необходимо выделить следующие наиболее актуальные проблемы реализации отечественного инновационного потенциала:

- неготовность большинства научных разработок технологий и продуктов к выходу на рынок, что резко снижает ценность предлагаемых технологий в глазах потенциальных партнеров;
- недостаточная эффективность системы генерации знаний в целях коммерциализации (академическая, отраслевая и вузовская наука);
- отсутствие современных механизмов внедрения технологических нововведений и выведения их на рынок;
- недостаточное развитие инфраструктурных элементов содействия инновационным проектам, таких как: технологические парки, специализированные бизнес-инкубаторы, сеть фондов рискованного финансирования, специальные финансовые механизмы поддержки фирм на этапе их быстрого роста, сертифицированные оценщики фирм и интеллектуальной собственности и др.;
- неспособность отечественного банковского сектора осуществлять долгосрочное кредитование НИОКР и подготовку серийного производства высокотехнологичной продукции под приемлемые проценты;
- неразвитость отечественного фондового рынка, ориентированного в основном на обслуживание топливно-энергетического комплекса страны;
- слабая координация органов власти и институтов развития инновационной системы;
- низкий уровень информированности о принимаемых мерах по стимулированию инновационного развития и успешном опыте инновационной деятельности и т.д.

А для того, чтобы более действенно подойти к реализации данных проблем с точки зрения государственного управления следует использовать методику SWOT- анализа

SWOT-анализ позволил выявить причины неэффективности инновационной деятельности в республике, определить направления и методы ее государственного регулирования на перспективу.

Таблица1 – SWOT-анализ инновационной деятельности в Казахстане

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Богатые природные ископаемые, обширная территория, которые могут быть эффективно освоены с помощью инновационных компаний. 2. Стабильные темпы экономического роста. 3. Государственная поддержка	1. Отсутствие развитых механизмов взаимодействия между компонентами инновационной деятельности. 2. Недостаточная координация между государственным и частным сектором в разработке приоритетов научно-технического и инновационного развития и мер их реализации. 3. Преобладание бюджетного финансирования всех форм научной и

<p>инновационной деятельности компаний</p> <p>4. Исторически сильная научная и техническая культура, традиции и накопленный опыт в области организации и проведения научных исследований и разработок.</p> <p>5. Квалифицированная (выше, чем в Китае), дешевая (дешевле, чем в Европе) рабочая сила и научно-технические кадры.</p> <p>6. Развитие инновационной инфраструктуры на республиканском и региональном уровне.</p> <p>7. Относительно высокая оснащенность современными информационно-технологическими средствами управленческого звена компаний.</p> <p>8. Развитая образовательная сеть (колледжи, институты, университеты)</p>	<p>инновационной деятельности инновационной инфраструктуры</p> <p>4. Отсутствие скоординированной политики трансфера знаний и технологий.</p> <p>5. Недостаточная степень поддержки малых инновационных предприятий.</p> <p>6. Низкий уровень инновационной активности бизнеса. Преобладание в большинстве компаний неинновационных способов создания конкурентных преимуществ.</p> <p>7. Устаревшая технологическая структура основного капитала в большинстве отраслей, снижение возможностей модернизации в условиях современного кризиса.</p> <p>8. Кризисное состояние отраслевой науки, крайняя неоднородность сектора исследований, разрыв между потребностями промышленности и науки; отсутствие эффективных инструментов коммерциализации результатов научных исследований и разработок.</p> <p>9. Недостаточный уровень внутреннего спроса на инновационную продукцию.</p> <p>10. Низкий уровень инновационной культуры и отсутствие опыта инновационного предпринимательства.</p> <p>11. Несовершенство законодательной основы инновационной деятельности.</p>
<p>Возможности</p>	<p>Угрозы</p>
<p>1. Возможности «перескакивания» на более высокие уровни технологического развития в ряде секторов вследствие эффекта запаздывающего развития.</p> <p>2. Возможность встраивания в глобальные технологические цепочки в традиционных и высокотехнологичных секторах промышленности.</p> <p>4. Усиление конкуренции на внутренних рынках как стимул инновационной активности.</p> <p>5. Вступление в ВТО и снижение барьеров выхода на мировые рынки.</p>	<p>1. Цикличность развития экономики.</p> <p>2. Преобладание добывающего комплекса отраслей и сырьевая направленность экономической системы стран.</p> <p>3. Резкое снижение расходов на исследования и разработки и углубление технологического отставания страны.</p> <p>4. Усиление тенденций государственного протекционизма и снижение стимулов для предпринимательской деятельности.</p> <p>5. Отсутствие собственных высокотехнологических производств</p> <p>6. Ослабление научного потенциала .</p>
<p><i>Примечание</i> – Составлено автором.</p>	

Исходя из анализа, следует выделить два уровня эффективности инновационной деятельности в Республике Казахстан:

1. Активизация региональной инновационной деятельности. Ведь успех инновационной политики не возможен вне контекста развития регионов, и поэтому они должны стать «точками инновационного роста». Инновационная деятельность будет развиваться на базе региональных инновационных систем, субъектами которого являются образование и наука, общество, бизнес, акиматы. В каждом регионе Казахстана должны быть созданы региональные институты развития (офисы инноваций) для поддержки инноваций по принципу «одного окна», определения, раскрытия и развития инновационного потенциала региона, потребности в инновационных продуктах, продвижения инновационных проектов и оказания всестороннего содействия их инициаторам, оснащенные необходимой инфраструктурой и имеющие достаточный ресурсный потенциал.

При этом важно обеспечить тесное взаимодействие национальных институтов развития с региональными офисами инноваций путем передачи на региональный уровень инструментов государственной поддержки инновационной деятельности (прием и предварительный отбор проектов на инновационные гранты, управление технопарками и бизнес-инкубаторами, технологическое бизнес-инкубирование, технологическое прогнозирование, технологическая диагностика, информационная поддержка инноваций и другие);

2. Повышение страновой конкурентоспособности. Казахстану, как и все странам в условиях глобализации, предстоит доказывать конкурентоспособность институциональной среды в мировом масштабе. Победит то государство, которое создаст наиболее благоприятные условия для развития науки, коммерциализации знаний и, в целом, для развития инновационной экономики. А именно, подвергнется испытанию способность страны в кратчайшие сроки:

- усовершенствовать законодательство;
- стимулировать развитие передовых научных направлений;
- адаптировать организационно-управленческую структуру;
- опережающими темпами осуществлять политику обучения и привлечения научных кадров.

Список литературы:

1. Государственная Программа форсированного индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2010-2014 годы, утвержденная Указом Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года №958. – Астана, 2010
2. Концепция инновационного развития Республики Казахстан до 2020 года, утвержденная Указом Президента Республики Казахстан от 4 июня 2013 года № 579. – Астана, 2013
3. Закон Республики Казахстан «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности» от 9 января 2012 года № 534-IV.-Астана, 2012.
4. Катуков Д.Д., Малыгин В.Е., Смородинская Н.В. Институциональная среда глобализированной экономики: развитие сетевых взаимодействий. - М., Институт экономики, 2012. – 542 с.
5. Статистический бюллетень «Наука. Инновации. Инновационное общество. 2011-2013 гг.» - Астана, Агентство РК по статистике, 2014.
6. OECD, Main Science and Technology Indicators Database, July 2013. Eurostat Pocketbooks/Science, Technology and Innovation in Europe/2013 edition
7. Годовой отчет АО «Национальное агентство по технологическому развитию» за 2015 г.-Астана, 2016.

ҰЙЫМДАҒЫ ИНТЕРАКТИВТІ МАРКЕТИНГТІҢ ДАМУЫНЫҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ

Мұратқалиұлы Т. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазіргі уақытта ең қарқынды және ең жылдам дамушы маркетингтік коммуникация құралы ретінде интерактивті маркетинг қарастырылады. Интерактивті маркетингтің осылайша екпінді дамуының негізгі себептерінің бірі компьютерлік желілер мен ғаламтордың дамуы болып табылады. Сонымен қоса интернет сауда, виртуалды нарық түсініктерінің пайда болуы интерактивті маркетингтің дамуына алып келді. Ф. Котлер бойынша интерактивті маркетинг интерактивті компьютерлік қызметтер арқылы нақты уақытта ақпараттық қызметтерді ұсынумен сипатталады.

Интерактивті маркетинг интерактивті қызмет сипатында тұтынушы мен сатушы (өндіруші) арасында екіжақты тікелей қарым-қатынасты қолданады. Басқа сөзбен айтқанда интерактивті маркетингтің негізгі байланыс арнасы интернет және локальды компьютерлік байланыстар ретінде сипатталады. Бастапқы даму уақытында интерактивті маркетингте негізгі байланыс арнасы ретінде локальды-коммуникациялық желілер пайдаланылған. Алайда әлемдік ғаламтор желісінің қарқынды дамуынан кейін 90-шы жылдардың басында интерактивті маркетингтің негізгі құралы глобалды ғаламтор желісі ретінде сипаттала бастады [1].

Бүгінгі күнде, ғаламтор – бұл әлемнің әрбір нүктесіндегі миллиондаған компьютер тұтынушыларын байланыстырушы, ортақ қолжетімді компьютерлік желі болып табылады. Осының негізінде ғаламтор желісіне қосылуға мүмкіншілігі бар әрбір адам интерактивті маркетингтің мақсатты объектісіне айналуы мүмкін және аталған мүмкіншіліктің ықтималдылығы күннен күнге артуда.

IWS компаниясының статистикалық мәліметтеріне сәйкес қазіргі уақытта әлемдік ғаламтор желісінде 2,3 млрд. ғаламтор қолданушысы есептелінген. Ғаламтор қолданушыларының 53% Азияда, 16% Еуропада орналасқан. Forbes Kazakhstan келтірген статистикалық мәліметтер бойынша Қазақстанда 4 млн. артық белсенді ғаламтор қолданушылары тіркелген. Сонымен бірге Қазақстанда мобильді ғаламтор технологиясының негізінде ғаламтор желісінің географиялық масштабын кеңейту бойынша белсенділік артуда. Статистикалық мәліметтер бойынша шеткей ауылдық округтардың көпшілігінде орташа жылдамдықтағы ғаламтор желісіне мүмкіндік бар. Аталған тенденция интерактивті маркетингтің болашықтағы мүмкіншіліктер шеңберін кеңейтіп, қазіргі уақыттағы сенімді негізінің қалыптасуына жол ашады [2].

Ғаламтор желісінің халық арасында қарым-қатынас құралы ретінде дамып жатқандығына қарамастан, интерактивті маркетинг Еуропа мемлекеттеріндегідей Қазақстанда танымал емес. Қазақстанда интерактивті маркетинг коммуникация құралы және коммуникация формасы ретінде 5-6 жыл бұрын қарастырыла бастады. Ал Еуропа мемлекеттері мен АҚШ-та интерактивті маркетингті коммуникация формасы ретінде 90-шы жылдардың басында, яғни оперативті-ақпараттық қызметтер мен жүйелердің қарқынды даму кезеңінде қарастыра бастады. Осының негізінде аталған мемлекеттерде интерактивті маркетингті тәжірибеде қолдану бойынша білім мен тәжірибе бар деп болжауға болады. Тәжірибе көрсетіп отырғандай Еуропа мемлекеттеріндегі тауар және қызмет өндірушілері мен сатушылары интерактивті маркетингтің 5 әдісін басқаларына қарағанда жиі қолданады:

1. Электронды сайт немесе виртуалды дүкен;
2. Арнайы сайттардағы жарнамалық хабарландырулар;

3. Телеконцеренциялар мен интернет-форумдарға қатысу;
4. Электронды почтаны пайдалану;
5. Әлеуметтік желілер және іздеу машиналары (Google, Yandex).

Жоғарыда аталған интерактивті маркетинг құралдары жалпылама болып келеді және әрбір жағдайға сәйкес бұданда ұсақ әдістер мен құралдарға бөлшектенуі мүмкін. Алайда аталған әдістердің көптігіне қарамастан интерактивті маркетингтің ең негізгі әдісі ретінде веб-сайт қала береді. Шетелдік тәжірибеге сәйкес, нақтырақ айтқанда орталық және шығыс Еуропа (Венгрия, Польша, Чехия) мемлекеттерінің тәжірибесінің негізінде келесідей қорытынды жасауға болады:

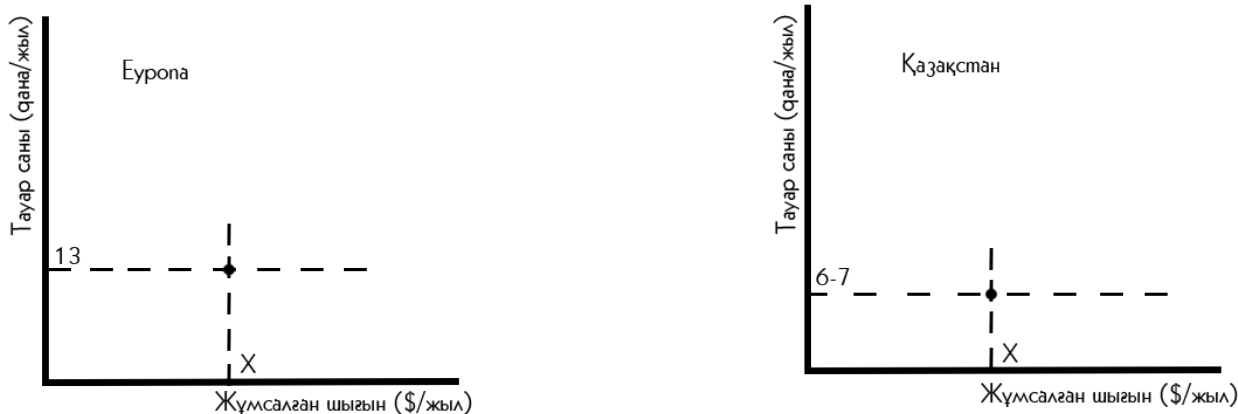
1. Ғаламтор ортасында табысқа жету үшін компанияға қажетті веб-сайт түрін анықтау қажет. Веб-сайттар корпоративті, яғни компания мен тұтынушылар арасында интерактивті байланысты қамтамасыз ете алатын болуы мүмкін. Веб-сайттар маркетингтік болуы мүмкін. Аталған веб-сайт тұтынушылармен тығыз қарым-қатынас орнатуға бағытталады.

2. Веб-сайтты жасау интерактивті маркетингтің толық тиімділігінің 25% ғана құрайды. Интерактивті маркетинг құралы ретіндегі веб-сайттың 75% тиімділігі веб-сайтты тұтынушылардың пайдалану жиілігі мен олардың саны бойынша анықталады. Веб-сайттың тиімділігінің негізгі ережесі веб-парақшалардың санының минималдылығы. Егер веб-сайт 30 беттен тұратын болса, мақсатты тұтынушының сіздің тауарды сатып алу ықтималдылығы 3,33% құрайды. Егер веб-сайт 2 беттен құралатын болса тауар немесе қызметті сатып алу ықтималдылығы 50% жоғарылайды.

3. Шетелдік тәжірибе көрсетіп отырғандай веб-сайттың тарихы, жаңалықтар архивы, сауалнама толтыру секілді функционалдарын қолдауға ресурстарды жұмсаудың қажеттілігі төмен екендігін көрсетуде. Ресурстарды жоғарыда аталған функционалдарды қолдауға емес веб-сайттың эксклюзивтілігіне, дизайнына, суреттер мен шрифттарына жұмсау орында болып табылады.

4. Интерактивті маркетинг құралы ретінде дұрыс құрылған веб-сайт бірқатар міндеттерді орындау қажет. Оның ішінде стратегиялық басқару, маркетингтік бренд, сатулар, бизнес талдау, клиенттермен жұмыс және SEO, SMO механизмдері арқылы желідегі жылжыту [3].

Жоғарыда аталған қорытындылар негізінде қазақстандық веб-сайттарды (интернет дүкен) еуропалық веб-сайттармен салыстыруға болады. Онлайн тұтынушылар еуропа мемлекеттерінде 55% тең, ал Қазақстанда аталған көрсеткіш 35% құрайды. Еуропада бір адам жылына орташа есеппен 13 тауар сатып алады. Ал Қазақстанда сол уақыт аралығында бір адам екі есе аз тауар сатып алады. Алайда Еуропада да және Қазақстанда да тауарды сатып алуға бірдей көлемдегі қаражат жұмсалады. Осының нәтижесінде келесідей ой қортындысын жасауға болады. Яғни, Қазақстанда веб-сайттардың интерактивті маркетинг формасы ретінде оңтайландырылуы логикалық соңына дейін жетілдірілмеген [4].



Сурет 1 – Қазақстандық веб-сайттар мен еуропалық веб-сайттардың салыстырмалы талдауы
(Ескерту: 4 әдебиет негізінде автормен құрастырылған)

Соңғы уақыттарда Еуропада коммуникациялық хабарламалардың жекешелендірілу тенденциясы байқалуда. Қазіргі уақытта көптеген еуропалқ компаниялар соңғы тұтынушысына қатысты икемделген. Cookies қолдану негізінде компания мақсатты тұтынушысы жайлы ақпаратқа ие бола отырып, икемділігін сақтау мүмкіншілігіне ие болады. Сонымен бірге виртуалды дүкендерді максималды табиғи сипатта көрсететін бағдарламалық қамтамасыздардыру құралдары бар. Lands' End компаниясын мысал ретінде қарастыруға болады. Аталған компания әлемнің әр тұсында орналасқан тұтынушыларына қызметті немесе тауарды сатып алуды бірге жүзеге асыруларына мүмкіншілік береді. Сатып алуды бірге жүзеге асыру үшін тұтынушылар нақты уақытта компания сайтындағы чатқа қажетті ақпаратты жазса жеткілікті.

Мобильді интерактивті маркетингте еуропа мемлекеттерінде жоғары сұранысқа ие. СМС таратылымдар мен мобильді хабарландырулар жоғары пайыздық кері жауапқа ие. Алайда Lightspeed Research зерттеулеріне сәйкес 30 жастан жоғары еуропа тұрғындары басым түрде оффлайн маркетингке көбірек сенім артады. Тек 30 жасқа дейінгі жастар ғана негізінен жіберілген онлайн хабарландыруларға сенеді. Демек біз онлайн хабарланлыру мен жарнаманың мазмұны мен адресатын құру уақытында осы ақпаратты есте ұстауымыз қажет. Сонымен бірге интерактивті маркетингті қолдану уақытында компания сандық технологиялар мен қоса коммуникацияның дәстүрлі әдістерін қолдануы тиіс.

Интернет коммуникацияның дамуына байланысты интерактивті маркетинг саласындағы жаңа медиалардың танымалдылығы артуда. Осыған байланысты көптеген шетелдік мамандар аталған медиаларды тәжірибеде қолдану машығына ие. Төменде интерактивті маркетингті тәжірибеде қолдану бойынша бірнеше мысал келтірілген:

1. Өз Volkswagen-ді жина. Crispin Porter компаниясы Фольксваген компаниясы үшін арнайы сайт құрған. Аталған сайттың ерекшелігі кез-келген тұтынушы өзіне қажетті конфигурациядағы көлікті сайттың ішінде құра алатындығы. Қажетті автокөлікті құрғаннан кейін тұтынушы құрылған көлікті виртуалды түрде де және нақты өмірде де жүргізіп көру мүмкіншілігіне ие болады. Сайтты жасаушы компания тұтынушыға әсер етуі мүмкін барлық факторларды ескерген: сайттың жүктелу уақытынан бастап, сайттың дизайнына дейін. Сонымен бірге сайт JoyRide функциясына ие. Аталған функция интерактивті фильмнің қатысушысы болуға мүмкіншілік береді.

2. Дарт Вейдер және Бургер Кинг. Бургер Кинг өзінің интерактивті сайтында «Star Wars» фильмінің персонажы Дарт Вейдерді пайдаланған. Сайтқа кірген әрбір тұтынушыға 20 сұрақ ұсынылады және әрбір берілген жауаптан кейін Дарт Вейдер ақылды бола бастайды. Аталған жарнамалық кампания тиімді жүзеге асып Бурген Кингке 8 млн. тұтынушыны алып келді.

3. Dream Kitchen for everyone интерактивті сайты. Икеа компаниясының бұл сайты әрбір ел мәдениетін ас үй ерекшеліктерімен сәйкестендіріп көрсетеді. Сайтта әрбір тұтынушы ас үйді 3D форматында көру мүмкіншілігіне ие. Белгілі бір уақтта сайттағы ас үй көрінісі басқа форматтағы ас үй көрінісіне және басқа адамдарға ауысуы мүмкін. Сонымен бірге әрбір ас үй форматы үшін арнайы әуендер қосылады. Икеа компаниясының интерактивті кампаниясы тиімді кампаниялардың бірі болып табылады, себебі барлық іс-әрекет компания өнімімен тікелей байланысты [5].

Жоғарыда келтірілген 3 мысалдың негізінде интерактивті маркетингтің болашақтағы мүмкіншіліктері мен тиімділігін болжауға болады. Еуропа мен АҚШтың ірі компаниялары жыл сайын интерактивті медиа коммуникация бағытындағы шығындарын арттыруда. Нәтижесінде АҚШ та жыл сайын интерактивті маркетингке 73 млрд. доллар шамасында шығын жұмсалады. Әлемдік дағарысқа қарамастан көптеген талдаушылар аталған коммуникация формасы бойынша шығындар 160 млрд. долларға дейін өсу мүмкіндігін болжауда. Сонымен бірге интерактивті маркетинг тұтынушыларды бенсендірудің ең тиімді формасы болып табылады. Осының нәтижесінде батыстағы мемлекеттер интерактивті маркетинг пен интерактивті медианы мақсатты тұтынушыларды қызықтыру үшін толығымен қолдануда деген шшемі шығаруға болады. Аталған мемлекеттер интерактивті маркетингті жүзеге асыру бойынша үлкен көлемдегі тәжірибелік ақпаратқа ие болуына байланысты Қазақстан дамушы мемлекет ретінде сол тәжірибеге негізделі отырып, жергілікті ерекшеліктерді ескеретін интерактивті маркетингті тиімді жүзеге асырудың методологиясын құруы тиіс. Себебі интерактивті маркетинг коммуникация формасы ретінде отандық экономиканы дамыту бағытында жоғары потенциалға ие.

Әдебиеттер тізімі:

1. Интернет-маркетинг на 100%: Андросов Н., Ворошилова И., Долгов В., Замарацкая С., – СПб.: Питер, 2013. – 240 с.
2. Шигаева Д. Интернет-аудитория Казахстана // Forbes Kazakhstan. – 2015.
3. Кайзер А.Д. Интерактивный медиа основной подход к лояльности клиента // Б.: Вершина, 2014. – с. 23-31
4. <http://retail-community.com.ua/> интернет ресурсы
5. Игорева А.И., Интерактивный маркетинг. Лучшие примеры интерактивного маркетинга. (Электронный ресурс, www.professional.ru)

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК РК

Мухтар Е.С. – PhD докторант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В статье проанализированы проблемы в системе государственных закупок (ГЗ). Автор статьи рассматривает эти проблемы как риски с оценкой результатов их действия и выдвигает предложения по их устранению или смягчению.

Несмотря на то, что государственные закупки имеют строгую регламентацию государственным законом [1], в процессе осуществления ГЗ возникает множество рисков, которые могут иметь негативные последствия. К числу этих рисков в целом можно отнести *большие объемы государственных закупок и не всегда прозрачная процедура выбора поставщика*. Опасность возникновения и реализации этих рисков прослеживается на каждом этапе проведения государственных закупок - начиная с разработки документации и заканчивая приемом выполненных условий контракта – выполнение работ, оказание услуг, поставка товаров.

Рассмотрим наиболее часто встречающиеся проблемы (риски) в системе госзакупок. Так, например, совокупность существующих законодательных и нормативных правовых актов в области размещения заказов еще далека от совершенства. Она не может рассматриваться как рациональное методическое обеспечение полноценной системы управления закупками для государственных нужд. Это явилось одной из причин масштабных злоупотреблений в системе государственных закупок за последние годы, о чем прямо сообщалось Президентом РК [2].

Кроме того, ускоренное размещение заказов на поставку товаров, работ и услуг для нужд государства привело к целому ряду негативных последствий: росту коррупционного потенциала в системе размещения заказов; депрессивному состоянию конкурентной среды; неполному использованию резервов повышения качества поставляемых товаров и услуг и т.п.

Объективные противоречия между различными принципами или условиями эффективности конкурсных процедур наблюдаются, в частности, при регулировании срока поставок. Объясним данный факт подробнее. С одной стороны, чем дольше срок поставок, тем ниже издержки на проведение конкурсов. Кроме того, при долгосрочных хозяйственных связях с поставщиком снижаются риски неисполнения контракта и, следовательно, появляется возможность для снижения цены закупки. Так, если условие о предоставлении поставщиком обеспечения надлежащего исполнения своих обязательств является необходимым при размещении контракта у незнакомого поставщика, то в отношениях с поставщиком, доказавшим на практике свою надежность, это условие может быть исключено, что позволяет не учитывать расходы на предоставление обеспечения при калькуляции цены конкурсного предложения. Автор данного высказывания считает, что в некоторых случаях важно обеспечить непрерывности поставок. В США, например, эта потребность рассматривается в качестве основания для размещения закупок у единственного источника [2].

Вместе с тем одновременно с этими преимуществами проявляются и минусы долгосрочных контрактов. Во-первых, при поддержании долгосрочных связей с определенным поставщиком у должностных лиц госзаказчика успевают сложиться с ним неформальные отношения, которые неизбежно оказывают влияние на выбор победителя в следующем конкурсе. (это, кстати, является распространенным риском в системе госзакупа – прим. авт.). При неопределенности критериев выбора победителя (формализовать которые вообще крайне трудно) эти личные предпочтения, даже при отсутствии у должностных лиц заказчика корыстной заинтересованности, будут иметь решающее значение. Таким образом, долгосрочные контракты могут иметь своим следствием монополизацию соответствующего рынка.

Во-вторых, чем дольше срок контракта, тем выше вероятность, что за период его действия на рынке появятся поставщики, способные предложить лучшие условия. Однако из-за отсутствия конкурса они не будут иметь возможности эти лучшие условия предложить.

В-третьих, чем дольше срок контракта, тем хуже прогнозируются общеэкономические условия (например, инфляция) на отдаленных во времени стадиях исполнения.

Следовательно, пересмотр существенных условий контракта (в том числе цены) в процессе его исполнения становится практически неизбежным. Если порядок корректировки условий долгосрочных контрактов должным образом не урегулирован, в результате такой корректировки условия договора на конечных стадиях его исполнения могут измениться до неузнаваемости, по сравнению с теми условиями, на которых контракт был заключен [2].

Именно по этим причинам в некоторых странах с переходной экономикой существует запрет на заключение долгосрочных контрактов [3].

Другим примером объективных противоречий между условиями эффективности различных методов закупок являются противоречия между такими решающими при размещении контракта факторами, как цена и качество. Когда речь идет о товарах, работах и услугах, качество которых можно определить в процессе приемки, эта дилемма решается путем стандартизации требований к качеству и отбора по цене среди предложений, удовлетворяющих этим требованиям. В случаях, когда цена является определяющим фактором, закупка с привлечением максимального количества потенциальных поставщиков является наиболее предпочтительным способом отбора предложений.

В то же время анализ международного опыта осуществления закупок товаров, работ и услуг для государственных нужд позволяет предложить ряд усовершенствований для используемых в Казахстане механизмов закупок. Применение новых подходов может значительно повысить эффективность использования средств бюджетов всех уровней, снизить вероятность злоупотреблений и дать новый толчок развитию предпринимательства в РК.

Остановимся на проблемах в системе открытых закупок. Здесь следует, отметить, что существуют обстоятельства, не позволяющие провести открытую закупку или значительно снижающие ее эффективность в силу таких причин, как:

- отсутствие конкуренции на сложившемся рынке (не более 5 поставщиков, которые могут поставить требуемую продукцию, и они известны заказчику);
- объект закупки - технически сложные товары или работы, и заказчик не в состоянии составить достаточно подробные технические спецификации или не считает это целесообразным, и в этой связи ему необходимо провести переговоры с поставщиками продукции;
- небольшая сумма закупки (расходы на организацию и проведение конкурса значительно превысят выигрыши от получения выгодных условий поставки);
- закупки для нужд специальных органов (спецслужб, таможни, армии и т. д.) могут иметь ограничения по режиму секретности; срочные закупки (при возникновении различного рода чрезвычайных ситуаций).

Проблемы в открытой закупке упираются в следующие обстоятельства:

А) установление заказчиком необоснованных требований к потенциальным поставщикам (к предмету закупки и условиям поставки, ограничивающих круг потенциальных поставщиков);

Б) искусственное формирование требований под конкретные товары, работы, услуги, или под конкретного потенциального поставщика;

В) включение в состав лотов продукции (товаров, работ, услуг), технологически и (или) функционально не связанной с предметом торгов;

Г) создание административных и (или) организационных барьеров, не позволивших участникам размещения заказов своевременно подать заявки на участие в торгах;

Д) координация заказчиком действий потенциальных поставщиков;

Е) необоснованное отклонение заявок других участников размещения заказов и др. [2]

Один из главных бичей действующей системы госзакупок – это демпинг цен, предлагаемых поставщиками. Из-за этого добросовестные предприятия порой остаются ни с чем, хотя их опыт и услуги могут даже превосходить конкурентов, ломающих цены ради победы на госзакупках. Как эта проблема может быть решена с помощью законопроекта?

Национальные эксперты в области ГЗ считают, что при введении понятия «демпинг товаров», важно понимать, что демпинг обоснован не всегда. С точки зрения заказчика – да, у него есть стремление сэкономить средства. Но если говорить о качестве услуг или товара – то в этом случае низкая цена может сыграть негативную роль по отношению к отечественным поставщикам и производителям. Однако антидемпинговые мероприятия, отраженные в законодательных документах о госзакупках, подразумевают дополнительное извлечение средств из оборота предпринимателей.

В этой связи эксперты предлагают найти другие альтернативы с тем, чтобы включить в законопроект понятия «демпинг товаров», поскольку они считают, что в действующем законе не выставлен приоритет качества над ценой, и, поэтому цена не всегда отражает действительность поставки качественных товаров, работы и услуг. И, следовательно, перечисленные проблемы упираются в механизмы реализации закона о ГЗ [4].

Понятным является тот факт, что организация прозрачного и эффективного процесса оказания государственных услуг, благодаря единообразным стандартам и регламентам, исключает субъективный подход при решении вопросов должностными лицами, минимизирует степень коррупции [5]. Нормы закона о ГЗ касаются обеспечения равных условий участия в госзакупках, транспарентности и прозрачности процедур. Здесь необходимым является то, чтобы в законопроекте должны быть предусмотрены нормы о паритетно-экономической ответственности заказчика и поставщика. Поэтому важно детализировать некоторые нормы для обеспечения исполнения заказчиками своих обязательств по договорам о госзакупках [4].

В целом необходимо отметить, что проблема повышения эффективности государственных закупок затрагивает всю цепь бизнес - процессов закупочной деятельности, включая этапы обоснования номенклатуры, объемов, начальной цены, выбора и реализации схемы размещения, поставки, эксплуатации и утилизации закупаемой продукции. Очевидно, что каждый из приведенных выше этапов вносит неравномерный вклад в общую экономическую эффективность закупочной деятельности.

С нашей точки зрения, как справедливо считают казахстанские эксперты, наибольшим потенциалом и резервами повышения эффективности системы ГЗ обладают этапы обоснования объемов, качественных показателей и справедливой закупочной цены, определяемыми конкурентными моделями размещения заказов. С общегосударственной точки зрения резервы повышения эффективности государственных закупок заключены в создание условий справедливой рыночной конкуренции среди поставщиков товаров и услуг для государственных нужд, приобретении товаров обладающих инновационными свойствами энергосбережения, экологичности, эксплуатационной надежности [2].

Критика организационных аспектов текущего законодательства в области государственных закупок с учетом современных тенденций в мировой практике государственных закупок позволила обосновать предложение по расширению существующих механизмов торгов - ведение в практику многоэтапных конкурсов и аукционов, создание процедур адаптивных корректировок начальной цены договора в зависимости от состояния рынка поставщиков и динамики технологического насыщения. Это во-первых.

Во-вторых, в ходе анализа нормативной правовой базы системы государственных закупок выявлено, что существующие регламенты оценки заявок на участие в конкурсных торгах создают объективные предпосылки к развитию коррупционной составляющей в системе закупок для нужд государства. Можно сделать вывод о том, что одним из ключевых факторов развития коррупционного потенциала в системе закупок в условиях казахстанской экономики является собственно специфическая структура участников рынка поставок продукции для государственных нужд: непосредственные производители продукции, торговые посредники и государственный заказчик. Существующий дисбаланс роли первых двух участников, а также устойчивая дискриминация предприятий -производителей малого и среднего бизнеса создает основу для неэффективной работы системы закупок.

В качестве необходимых и достаточных условий формирования эффективной системы государственных закупок нами предлагается следующее: глубокое знание и строгое соблюдение законодательства всеми участвующими лицами; существенное количество производителей, ни один из которых не занимает доминирующего положения на рынке; отсутствие искусственных (административных) барьеров на пути к участию в открытых госзакупках; чувствительные к цене качественные различия предмета закупок; активная конкуренция между фирмами, которые воздерживаются от вступления в сговор с целью установления фиксированных цен; способность малого и среднего бизнеса реагировать на расширение потребностей государства; адекватность цен и прибыли издержкам производства; внедрение инноваций; открытость информационного пространства [2]. И с этим нельзя не согласиться.

Список литературы:

1. Закон Республики Казахстан «О государственных закупках».
2. Жанузаков Н.Т. Повышение прозрачности системы государственных закупок Республики Казахстан // Сборник научных трудов молодых ученых "Модернизационные процессы развития экономики" / Отв. ред. А.Е. Миллер. - Омск: Изд-во ОмГТУ, 2014. - С. 55-59.
3. Мукаш С. Мировой опыт регулирования и проведения государственных закупок за рубежом // "Финансы Казахстана".-2013 год.-№ 10.
4. Бірлікқызы Ж. НПП нашла способ борьбы с демпингом цен в госзакупках // Атамекен. Основной сайт: www.palata.kz. - 20 Февраля 2015. – 2с.
5. Мендыбаева Б. Прозрачно и своевременно // apgazeta/kz. - 07.11.2016. – 1с.

РАЗВИТИЕ НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В КАЗАХСТАНЕ

Нурсейтова Г. Б. – к.э.н., доцент
Нысанбаева Ж.Д. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Нефтехимический комплекс Казахстана является значимой частью национальной экономики и в процессе своего развития выполняет следующие хозяйственные функции, способствующие развитию социально-экономической системы:

- **ресурсную** – обеспечивает хозяйственный комплекс региона (страны) соответствующими ресурсами и продукцией;
- **экономическую** – осуществляет существенный вклад в формирование региональных и государственных доходов (в том числе, в виде платежей за пользование ресурсами), развитие предприятий комплекса и увеличение объемов добычи и производства;
- **социальную** – предприятия нефтехимического комплекса играют весомую роль в развитии систем жизнеобеспечения и социальной сферы, развиваясь, осваивая новые технологии, налаживая и расширяя производства предприятий, обеспечивают занятость и эффективное использование трудовых ресурсов; в базовой нефтехимии одно рабочее место создаёт от четырёх до пяти рабочих мест, связанных с переработкой и обслуживанием.
- **внешнеэкономическую** – рост объемов экспорта нефтехимической продукции, способствует увеличению валютных поступлений в государственный бюджет;
- **инвестиционную** – развитие нефтехимического комплекса способствует повышению интереса отечественных и иностранных инвесторов и, соответственно, привлечению дополнительных средств.

Для развития нефтехимической промышленности в республике был разработан и принят целый ряд документов: Программа восстановления и развития химической и нефтехимической промышленности на 2001-2002 годы; Стратегия индустриально-инновационного развития на 2003-2015 годы; Программа развития газовой отрасли на 2004-2010 годы; Программы развития нефтехимической промышленности на 2004-2010-й и 2008-2013 годы; Государственная программа форсированного индустриально-инновационного развития (ГП ФИИР) на 2010-2014 годы.

Оператором развития химических производств в РК является ТОО «Объединенная химическая компания» (далее - ОХК). Для эффективного развития химии используются кластерный принцип, развивается инфраструктура, запускаются якорные производства базовой химией.

В настоящее время структура казахстанской химической промышленности состоит из производства базовых химикатов, удобрений и азотных соединений, пластмасс и синтетического каучука в первичных формах, лаков и красок, чистящих и моющих средств, пестицидов и других агрохимических производств.

Как известно, на территории Казахстана функционируют три нефтеперерабатывающих завода общей мощностью 18 млн. тонн нефти в год: ТОО «Атырауский НПЗ», ТОО «Павлодарский нефтехимический завод» и ТОО «Шымкентнефтеоргсинтез».

Кроме трех вышеуказанных НПЗ на территории республики существуют 32 мини - НПЗ, имеющих лицензию на переработку нефти с производительностью от 10 до 600 тыс. тонн в год.

При этом вся выпускаемая продукция мини- НПЗ являются полуфабрикатами, сырьем для вторичной или глубокой переработки, так как не соответствуют требуемым стандартам. В основном вся выпускаемая продукция мини-НПЗ экспортируются за пределы республики.

Для стабилизации ситуации на внутреннем рынке республики во втором полугодии 2014 года был перенесен плановый ремонт Шымкентского НПЗ с октября 2014 года на март 2015г., что также способствовало снижению переработки и производства нефтепродуктов в 2015 году. По авиакеросину снижение вызвано ухудшением физико-химических свойств нефти, поставляемой на ПНХЗ.

В 2015 году на всех трех нефтеперерабатывающих заводах страны продолжался процесс модернизации, механическое завершение которого планируется в 2016-2018 годах. Результатом проведенной модернизации будет увеличение мощностей по переработке нефти, увеличение глубины переработки и выхода светлых нефтепродуктов, а также повышение качества нефтепродуктов до уровня «Евро-4», «Евро-5».

Общий объем переработки нефти на трех НПЗ Казахстана в 2015г снизился на 2,4%. В 2016 году планируется переработать 14,3 млн тонн нефти.

На сегодняшний день, глубина переработки нефти на казахстанских НПЗ составляет около 68%, этот показатель меньше, чем у России, которая перерабатывает 72 % нефти и США с показателем в 95 %. Однако, в настоящее время уже реализуется программа реконструкции и модернизации

АНПЗ с доведением мощности по переработке нефти до 5500 тыс. тонн в год и глубины переработки до 87 % с улучшением качества нефтепродуктов до экологического класса К4, К5. В рамках этой программы предполагается производство бензола и параксилола как базового сырья для нефтехимической отрасли; коренная реконструкция технологических мощностей для выведения их на современный технический уровень и производства качественных моторных топлив, обеспечением внутреннего рынка сырьем для нефтехимии и другими нефтепродуктами, а также экспорта нефтепродуктов, качество которых должно отвечать мировым стандартам и требованиям внутреннего и экспортного рынков.

До 1990 года в Казахстане действовало около 20 крупных нефтехимических предприятий, среди которых Актауский завод пластических масс, Атырауский завод «Полипропилен», Костанайский завод химволокна, Шымкентский завод по производству шин, Карагандинские предприятия по выпуску резинотехнических изделий и др. Сегодня производство сохранено лишь на некоторых из них.

Нефтехимические предприятия Казахстана, основные производственные фонды которых созданы 45 лет назад, выпускали товарную продукцию ограниченного ассортимента (полистирол, полипропилен) или работали на привозном нефтехимическом сырье (синтетические каучуки, компоненты топливных присадок и т. д.).

Поворотным для завода стал 2004 год, когда имущественный комплекс бывшего химзавода выкупило акционерное общество «SAT & COMPANY». Совместно с АО РД «Казмунайгаз» на базе активов Актауского полистирольного завода и Атырауского полипропиленового завода создали на паритетных условиях совместное предприятие – АО «АТОЛЛ» (владелец имущественных комплексов Атырауского завода “Полипропилен” и Актауского завода пластических масс ныне АО «Kazakhstan Petrochemical Industries») для продвижения проекта, предусматривающего организацию в Казахстане производства мирового уровня по полиэтилену и полипропилену.

За 1991-2012 годы удельный вес продукции химической и нефтехимической промышленности сократился в семь раз. При этом доля нефтегазового сектора в ВВП за этот период выросла с менее 1% до 16,7%. В советские годы один только завод пластических масс в городе Шевченко (ныне Актауский завод пластических масс в Мангистауской области) обеспечивал более половины общесоюзного производства этилена и этилбензола, стирола и полистирола.

В 2009 году было введено в строй производство метил-трет-бутилового эфира (МТБЭ), пропилена и полипропилена в ТОО «Компания Нефтехим LTD» (г. Павлодар). Сырье - нефтяной газ, который раньше сжигался в бытовых плитах и факелах, поступает с соседнего АО «ПНХЗ». Суммарная мощность нового производства составила 20 тысяч тонн в год МТБЭ, 35 тысяч тонн в год пропилен и 30 тысяч тонн в год ПП. К 2012 году годовые мощности МТБЭ были увеличены до 40 тысяч тонн. В январе-декабре 2015 года ТОО «Компания Нефтехим LTD» произвела 43,7 тысяч тонн полипропилена сжиженного - по данным Агентства по статистике РК.

В 2015 году ТОО «Полимер Продакшн» завершена реализация проекта «Производство полимерной продукции», тем самым налажен выпуск биаксиально-ориентированной полипропиленовой пленки (БОПП), а также 2 видов полимерной продукции: трехслойной полиэтиленовой пленки и полипропиленовых мешков. Создано 189 рабочих мест.

Производство казахстанских нефтехимических предприятий продукции в первичных формах показывает общую тенденцию роста в период с 2010 по 2015 годы несмотря на спады по позициям в середине периода следующим образом согласно данных Агентства по статистике РК.

Таблица 1 – Нефтехимические продукты в первичных формах произведенные в РК

Продукты в первичных формах пр-ва РК	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Полимеры этилена в первичных формах	12	2	39	7	56	68
Полиэтилен с удельным весом менее 0,94 в первичных формах	12	2	-	-	-	14
Полипропилен в первичных формах, тонн	19 486	27 936	33 130	20 454	23 434	23 668

Источник: подготовлено Исполнителем по данным Комитета по статистике МНЭ РК

Следует отметить, что, несмотря на отсутствие в стране полимерной отрасли как таковой, сектор переработки развивается достаточно активно: в Казахстане расположено около 46 крупных и средних предприятий, работающих в сфере производства резиновых и пластмассовых изделий. Развито производство полимерных труб, различных утеплителей, сэндвич-панелей, полимерной упаковки.

Крупнейшими производителями резинотехнических изделий РТИ (конвейерных лент) в бывшем СНГ остаются компании ТОО «Сараньрезинотехника» и ТОО «Карагандарезинотехника».

Больше всего разведанных запасов нефти находятся в Атырауской области, на территории которой открыто более 75 месторождений с запасами промышленных категорий около 930 миллионов тонн, что безусловно предоставляет возможности создания нефтехимических производств.

В международной практике, по мере углубления химической переработки первичных полупродуктов (метана, этана, пропана, бутанов, изобутанов, бензиновой, керосиновой и дизельной фракций и вакуумного газойля, мазута, гудрона и многих других) и получения из них синтетических мономеров, полимеров и других химических продуктов, а также качественных топлив, природных и синтетических нефтяных масел, битумов, кокса и других продуктов, происходит стремительный рост их цены, примерно в 3-5 раза. И поэтому выгоднее продавать продукты глубокой переработки нефти и газа, чем сырую нефть или газ.

Опираясь на международный опыт, известно, что интегрированные нефтегазовые компании США, Канады и стран Западной Европы основную часть дохода получают не от продажи сырой нефти или газа, а от продажи продукции их глубокой переработки - шин и резинотехнических изделий, пластических масс, удобрения, синтетических тканей и изделий, лекарственных препаратов и средств для борьбы с вредителями сельского хозяйства, реактивных и ракетных топлив, синтетических и природных масел и многих других, что в перспективе расширяет деловые возможности для сектора МСБ в Казахстане.

Экспорт и импорт. Товарная номенклатура экспорта казахстанского химического комплекса представлена, главным образом, продукцией низкой и средней степени технологического передела. Лидирующую позицию занимают продукты неорганической химии, соединения металлов. Республика Казахстан отдалена от основных рынков сбыта нефтехимической продукции.

По оценке Министерства индустрии и новых технологий РК по итогам второй пятилетки Программы индустриально-инновационного развития РК к 2019 году будет доведен до 2,5 млрд долларов, будет производиться полипропилен, полиэтилен отечественный, полимерная продукция.

Обвал котировок на сырую нефть при сохранении цен на основные нефтехимические продукты создаёт хорошие предпосылки для развития казахстанской нефтехимической промышленности. Наблюдаемый ныне разрыв в их стоимости – самый значительный с 1970-х годов. Основная статья экспорта, обеспечивающая треть ВВП страны – продажа сырья. Внутренние потребности Казахстана в продукции нефтегазохимии на 94% покрываются за счёт импорта, причём его объём с 2009 года более чем удвоился.

Происходит кардинальная переориентация нефтехимической и химической промышленности в отношении исходного сырья, что имеет значительные преимущества не только в стабильности сырьевой базы, но и по уровню экономической эффективности. Все отмеченное направлено, в первую очередь, на решение главной задачи – постоянное увеличение добычи углеводородного сырья за счет интенсификации разработки действующих месторождений и ввода в эксплуатацию перспективных структур на суше и в шельфовой зоне Каспийского моря.

Анализ возможностей Казахстана показал, что для создания и развития нефтегазохимических производств, в стране имеются все основные составляющие: достаточные объемы сырьевых ресурсов (нефтяные и газовые месторождения), большой выбор предложений по нефтехимическим технологиям и оборудованию международного масштаба, реальный спрос на конкретную номенклатуру нефтехимической продукции.

Список литературы:

1. Стратегический план Министерства нефти и газа Республики Казахстан на 2014 – 2018 годы
2. Справка об итогах деятельности Министерства энергетики Республики Казахстан за 2015 год и задачах на 2016 год
3. АО «РАРФЦА»; «Общий объем переработки нефти на трех НПЗ Казахстана в 2015г снизился на 2,4%» - <http://rfcaratings.kz/1841>
4. Интервью Х. К. Саткаева – исполнительного директора ТОО «Sat Operating Atyrau»; «Нефтехимия: ориентируясь на мировой рынок» - <http://www.baiterek.kz/node/1320>
5. С. Смирнов «Бумажная нефтехимия Казахстана» ИНФОРМБЮРО, 15.03.2016 - <http://informburo.kz/mneniya/sergey-smirnov/bumazhnaya-neftehimiya-kazahstana.html>

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ МАЛОЙ ЭНЕРГЕТИКИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕОДОЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ: РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ СТАРТАПОВСКИХ КОМПАНИЙ

И.В. Игликов, И.Э. Сулейменов, А.А. Нургазин, Н.В. Семенякин,

Алматинский университет энергетики и связи

С.В. Панченко, З.С. Тасбулатова

Университет Нархоз

В настоящее время существуют все предпосылки для того, чтобы обеспечить становление энергоэффективного общества, не снижая сложившегося уровня и качества жизни, а главное – не подвергая общество дополнительным рискам. (Этот тезис в полной мере соответствует базовой концепции ЭКСПО-2017.)

Наиболее наглядным и хорошо известным примером, который может рассматриваться как элемент становления энергоэффективного общества, является «умный дом», перерастающий в перспективе в систему домохозяйств, одновременно выступающих и как потребители, и как производители энергии, объединенные «энергетическим интернетом». Еще одним примером такого рода является «зеленый» транспорт, максимально использующий возобновляемые энергоресурсы.

Однако, как отмечается в [1] становление энергоэффективного общества не отделимо также от значимых трансформаций в общественном мнении, отвечающие решению рассматриваемой задачи, связаны с возникновением своего рода «моды» на энергоэффективность, с вовлечением в эту деятельность широких кругов общественности.

Создание «моды» на энергоэффективность, а точнее обеспечение соответствующего перелома в массовом сознании, автоматически включит механизмы массового творчества, распространяя идеи энергоэффективного общества на область транспорта, связи, управление городской средой и т.д. и т.п.

Здесь уместно подчеркнуть, что в настоящее время во всем мире активно ведутся комплексные исследования, направленные на обеспечение экономической эффективности систем «зеленой» энергетики [2,3]. В то же время, внедрение систем зеленой энергетики в большинстве стран мира пока имеет место только благодаря прямой или косвенной государственной поддержке [4]. Более того, отдельными авторами высказываются (пусть и достаточно осторожные) сомнения в экономической целесообразности и перспективности дальнейшего развития таких направлений как солнечная энергетика, по крайней мере, для ближайшего будущего [5].

Тем не менее, на решение задачи обеспечения экономической эффективности солнечной энергетики в мире затрачиваются значительные усилия, причем решается как прямыми (повышение эффективности и снижение стоимости самих солнечных фотоэлектрических батарей [6-9]), так и косвенными методами. (Следует отметить, что использование солнечных панелей уже хорошо себя зарекомендовало при осуществлении локальных проектов [10].)

К косвенным методам повышения экономической эффективности работы солнечных панелей относится, в частности, разработка систем, в которых получение электрической энергии за счет утилизации солнечной радиации дополняется другими полезными функциями комплексной системы, например, утилизацией ветровой энергии [11].

В этой области (системы комплексной утилизации солнечной энергии) основные усилия сосредоточены на совершенствовании так называемых PVT –панелей [12,13], в которых собственно солнечная фотоэлектрическая панель комбинируется с солнечными коллекторами [14,15] – устройствами, обеспечивающими циркуляцию воды в замкнутом контуре под воздействием разности температур, обусловленной нагревом воды в локальном сегменте циркуляционного контура.

Таким образом, подход, основанный на комбинированных способах утилизации солнечной энергии, в настоящее время получил достаточное признание и уже во многом отработан на практике.

Однако, получение дополнительных преимуществ, связанных, например, с горячим водоснабжением и/или отоплением помещений, решает задачу по созданию экономически эффективных систем солнечной энергетики не до конца. Следовательно, актуальным является поиск дополнительных возможностей, в том числе, для утилизации вторичного тепла солнечных фотоэлектрических панелей.

В частности, конечная рентабельность эксплуатации солнечных фотоэлектрических панелей может быть обеспечена и другими средствами. Примером является использование гибких солнечных панелей в качестве базового материала для печати и размещения широкоформатных билбодов и баннеров, используемых в наружной рекламе.

А именно, только один оператор на рынке печати рекламной продукции (г.Алматы) в период с 2013 по 2015 гг. выпустил более 5 000 квадратных метров печатной продукции, предназначенной для наружной рекламы. Совокупная площадь, задействованная под наружную рекламу такого рода по г.Алматы при этом составляет не менее 200 000 кв.м. по самым заниженным оценкам. (Этот показатель соответствует 10 000 билбордов при средней площади в 20 кв.м.)

Существующие типы солнечных панелей обеспечивают в среднем до 1 кВт с одного квадратного метра. Следовательно, задействовав только рекламные площади под параллельную генерацию электричества, теоретически можно обеспечить совокупное получение энергии до 200 мегаватт (!), что превышает мощность действующих энергоблоков Алматинской ТЭС.

Снижение уровня генерации при эксплуатации гибких солнечных панелей в качестве базового материала для печати/размещения рекламы даже на 50%. (Надпись наносится поверх панели, рабочими участками остаются просветы; как вариант – используется перфорированный материал для печати, что не сказывается на восприятии с достаточно большого расстояния.) Тем не менее, данный подход позволяет внести существенный вклад в решение экологических проблем г.Алматы за счет обеспечения рентабельности эксплуатации солнечных панелей через получение дополнительных доходов от рекламы и создание дополнительных потребительских преимуществ для собственника рекламного места.

Следует подчеркнуть, что в данном случае параллельно решаются существенные эксплуатационные проблемы, так как поддержание рекламного места в рабочем состоянии (отсутствие пыли, целостность наружного покрытия и т.д.) и так входит в существующие эксплуатационные расходы, затрачиваемые на рекламные места.

Следующий возможный пример решения проблемы рентабельности источников «зеленой» энергии, обеспечиваемой за счет выполнения дополнительных функций, связан с широко распространенными радиотехническими гаджетами (мобильные телефоны и т.д.). По заниженным оценкам, в настоящее время в эксплуатации по РК находится не менее 20 миллионов изделий такого рода (как минимум, практически каждый житель РК имеет мобильный телефон).

Достаточно легко создать условия, при которых собственник гаджета будет заинтересован в переходе на питание устройства за счет источников возобновляемой энергии. А именно, для подзарядки гаджета все чаще используются солнечные фотоэлектрические панели, снабжаемые дополнительными элементами обеспечения потребительской привлекательности. Их средняя площадь, отвечающая условиям потребительской привлекательности, составляет 0,02 кв.м. Следовательно, потенциальная площадь задействованных солнечных панелей по РК составляет 0,4 миллиона квадратных метров. Это соответствует генерации около 400 мегаватт в совокупности в пике мощности или 10 мегаватт при пересчете на неоптимальные условия освещенности и неполное использование светлого времени суток.

Данную оценку можно сделать и другим способом. А именно, на подзарядку гаджета в среднем расходуется 1 Ампер-часов в сутки (отвечает зарядке типовой батареи один раз в два дня). Это отвечает потреблению мощности в 0,15 Вт на один гаджет или, как минимум, 3 мВт (!) по РК в целом, что коррелирует с приведенной выше оценкой.

Внедрение каждого из рассматриваемых изделий по отдельности вносит не критичный вклад в решение проблемы энергоэффективности, однако системное внедрение всей разрабатываемой совокупности рекламных систем и гаджетов широкого потребления способно, в перспективе, обеспечить рентабельность зеленой энергетики на макроэкономическом уровне даже при существующих значениях КПД солнечных фотоэлектрических панелей.

Можно указать и другие многочисленные примеры технических систем подобного типа. Их объединяет вполне определенный признак, который можно определить как «малая энергетика». Именно она способна стать инструментом внедрения соответствующих стереотипов массового сознания в общества, она же вполне может стать ядром профильного инновационного кластера.

Более того, сравнительная простота конструкции систем рассматриваемого типа позволяет осуществлять их разработку на уровне молодежных стартаповских компаний. Этот фактор, в соответствии с выводами [1], является одним из основных с точки зрения преодоления инновационного сопротивления и демонтажа соответствующих стереотипов массового сознания. Именно мобильность молодежных компаний позволяет им стать проводником соответствующих идей в массовое сознание, как собственно, это и произошло с целым рядом современных информационных технологий.

В целях доказательства простоты возможных технических решений остановимся вкратце на одной из конструкций системы ввода информации, основанной на использовании солнечной фотоэлектрической панели.

В данной системе солнечная фотоэлектрическая панель выполняет две функции, рис.1. В базовом положении (режим подзарядки гаджета) она размещается на внешней стороне любого переносимого изделия (дамская сумка, портфель, рюкзак и т.д.). Панель является съемной. При переходе к рабочему положению (режим ввода информации), она используется как приемник сигнала, обеспечивающего кодировку клавиш, и, следовательно, ввод информации.

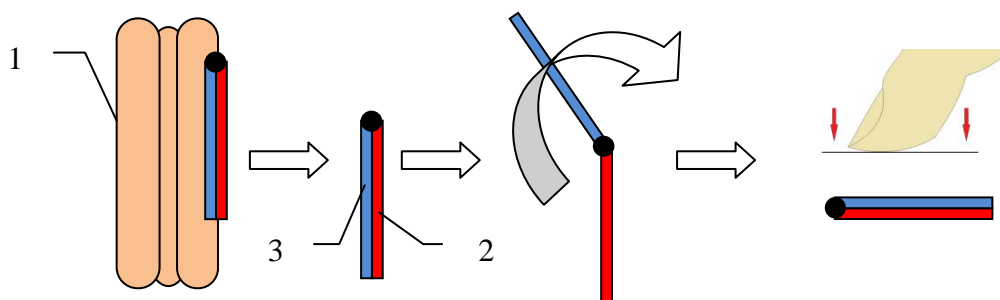


Рисунок 1 – Схема эксплуатации клавиатуры на основе солнечной фотоэлектрической панели; 1 – переносимое изделие, 2 – солнечная панель, 3 – блок ввода информации

В рабочем положении (режим ввода информации) панель снимается с базового изделия, и на нее устанавливается блок ввода информации, рис.2. В этом положении поверх приемника излучения, роль которого играет солнечная фотоэлектрическая панель (1), располагается прозрачная подложка (2), служащая элементом корпуса блока ввода информации; она не закрепляется на фотоэлектрической панели. На подложке (2) располагаются световодные пластины (3), выполненные на основе композиционного материала, обеспечивающего нужное качество оптического контакта между световодом, подсоединенным к кнопке клавиатуры, и фотоэлектрической панелью. Световодные пластины (3) подсоединены к источникам излучения (4). Поверх них располагаются кнопки (5), представляющие собой монолитные конструкции с нанесенной на них маркировкой. Это делается только для удобства пользователя, обеспечивая нужные тактильные ощущения.

При нажатии определенной клавиши возникает оптический контакт между световодной пластиной (3) и материалом прозрачной подложки (2), что обеспечивает передачу оптического сигнала от излучающего элемента (4) к фотоприемнику. Регистрация кода нажатой клавиши по схеме рис.2 достигается за счет использования временной развертки.

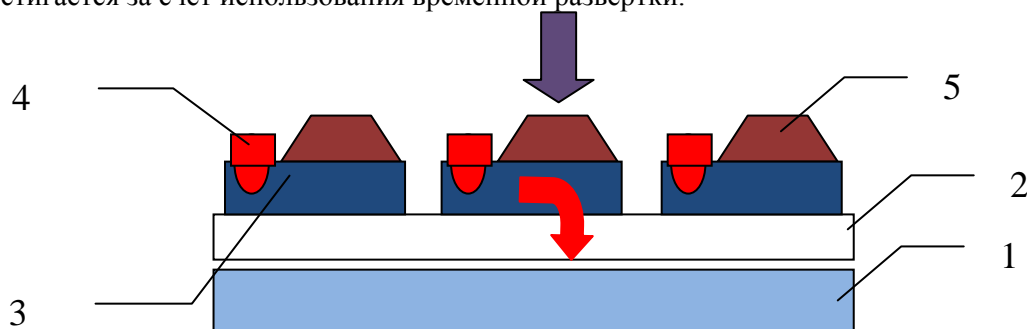


Рисунок 2 – Схема функционирования клавиатуры (фрагмент) с двоичной оптической кодировкой на основе фотоэлектрической панели, вид в разрезе

Принципиальная схема системы ввода информации рассматриваемого типа представлена на рис.3. Электронные узлы клавиатуры размещаются на одной печатной плате, они представляют собой контроллер с обвязкой и излучающие светодиоды. Солнечная панель подключается АЦП контроллера через разъем J1 и делитель напряжения R5R6.

Пять последовательно включенных сдвиговых регистров SN54HC164 обеспечивают поочередное включение сканирующих светодиодов (на схеме рис.3 показаны только три из них, чтобы не загромождать рисунок). Сдвиговый регистр подает входной сигнал А на первый выход QА при высоком уровне напряжения входа В и восходящем фронте синхросигнала CLK. С каждым последующим импульсом синхросигнала входной сигнал передается на следующие выходы QВ – QН. Подключая вход второго регистра к выходу QН и так далее, можно сформировать сдвиговый регистр с нужным количеством разрядов. В рассматриваемом случае количество разрядов равно 40.

С точки зрения экономики, схема рис.3 показывает, что устройство рассматриваемого типа может быть собрано на основе стандартных комплектующих, представленных на рынке (вплоть до того, что производящая компания может исключить из технологической цепочки операцию травления плат и пайки деталей). Данный факт обеспечивает возможность для производства таких систем в условиях ограниченных инвестиций в стартап. Аналогичными особенностями обладают и другие системы малой энергетики, реализующие развиваемую концепцию.

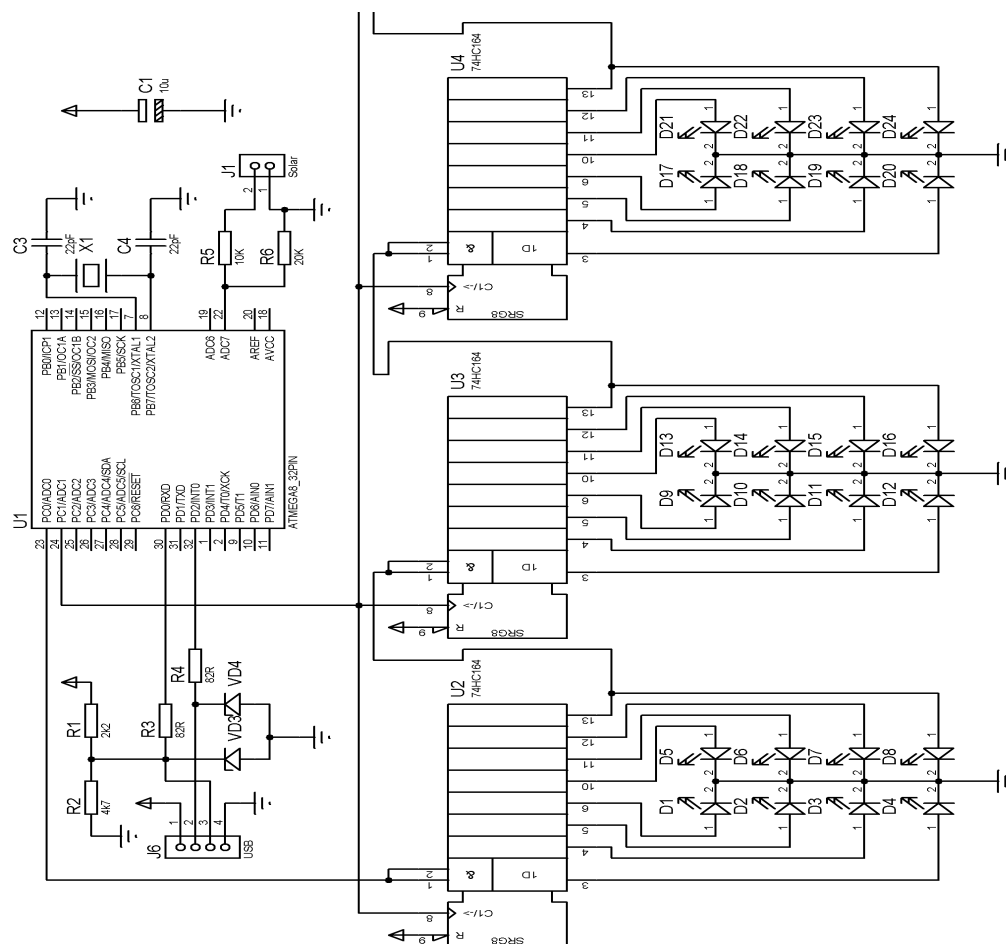


Рисунок 3 – Принципиальная схема для варианта клавиатуры с двоичной оптической кодировкой, предусматривающей соотношение числа источников света к числу клавиш 1:1.

Это позволяет утверждать, что молодежные стартаповские компании, ориентированные на идеи энергоэффективности общества, действительно создают предпосылки для решения проблемы становления энергоэффективного общества, которая имеет выраженный социально-экономический аспект.

Список литературы:

1. Некоторые вопросы современной теории инноваций / И. Сулейменов, О. Габриелян, Г. Мун, И. Пак, Д. Шалтыкова, С. Панченко, Е. Витулёва. — Алматы–Симферополь : Print Express, 2016. — С. 197.
2. Jackson, T., & Victor, P. (2011). Productivity and work in the 'green economy': Some theoretical reflections and empirical tests. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 1(1), 101-108.
3. Midilli, A., Dincer, I., & Ay, M. (2006). Green energy strategies for sustainable development. *Energy Policy*, 34(18), 3623-3633.
4. Yi, H. (2014). Green businesses in a clean energy economy: Analyzing drivers of green business growth in US states. *Energy*, 68, 922-929.
5. Cai, W., Wang, C., Chen, J., & Wang, S. (2011). Green economy and green jobs: Myth or reality? The case of China's power generation sector. *Energy*, 36(10), 5994-6003.
6. Chandel, M., Agrawal, G. D., Mathur, S., & Mathur, A. (2014). Techno-Economic Analysis of Solar Photovoltaic power plant for garment zone of jaipur city. *Case Studies in Thermal Engineering*, 2, 1-7.
7. Alexandru, C., & Pozna, C. (2010). Simulation of a dual-axis solar tracker for improving the performance of a photovoltaic panel. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part A: Journal of Power and Energy*, 224(6), 797-811.
8. Wilson, M. J., & Paul, M. C. (2011). Effect of mounting geometry on convection occurring under a photovoltaic panel and the corresponding efficiency using CFD. *Solar Energy*, 85(10), 2540-2550.
9. Razouk, R. R., & Hopper, P. J. (2014). U.S. Patent No. 8,686,332. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

10. Shahinzadeh, H., Abadi, M. M. N., Hajahmadi, M., & Paknejad, A. (2013). Design and Economic Study for Use the Photovoltaic Systems for Electricity Supply in Isfahan Museum Park. *International Journal of Power Electronics and Drive Systems (IJPEDS)*, 3(1), 83-94.
11. Hiendro, A., Kurnianto, R., Rajagukguk, M., & Simanjuntak, Y. M. (2013). Techno-economic analysis of photovoltaic/wind hybrid system for onshore/remote area in Indonesia. *Energy*, 59, 652-657.
12. Chow, T. T. (2010). A review on photovoltaic/thermal hybrid solar technology. *Applied Energy*, 87(2), 365-379.
13. Sark, W. V. (2011). Feasibility of photovoltaic–thermoelectric hybrid modules. *Applied Energy*, 88(8), 2785-2790.
14. Duffie, J. A., & Beckman, W. A. (2013). *Solar engineering of thermal processes*. John Wiley & Sons.
15. Tian, Y., & Zhao, C. Y. (2013). A review of solar collectors and thermal energy storage in solar thermal applications. *Applied Energy*, 104, 538-553.
16. Ергожин Е.Е., Арын Е.М., Сулейменов И.Э., Беленко Н.М., Габриелян О.А., Сулейменова К.И., Мун Г.А. Нанотехнология. Экономика. Геополитика. / Библиотека нанотехнологии. Алматы – Москва-София-Антиполис – Симферополь: Изд-во ТОО «Print-S», 2010, 227 с.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ ТРУДА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ

Оразкулова С.С. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

В современный период в комплексе происходящих в Казахстане перемен одно из ключевых мест принадлежит активизации роли государства в регулировании социальных процессов, усилении государственной службы, согласовании социальных интересов и обеспечении устойчивого взаимодействия между гражданским обществом и государством. В современных условиях перехода Казахстана к инновационному развитию данная роль государства находит свое выражение в необходимости определения нового качества жизни людей, создания условий для реализации образовательного и интеллектуального потенциала индивидов, что, в целом, способствует возрастанию эффективности деятельности государственных служащих.

Для формирования и эффективного применения новых подходов в управлении экономикой страны требуется наличие в государственном аппарате специалистов высокого класса, обладающих новейшими знаниями и практическим опытом работы, способных к прогрессивному и креативному мышлению, приверженных принципам государственной службы и готовых принять на себя ответственность за дальнейшее устойчивое развитие страны.

Повышение эффективности государственной службы является одним из приоритетных направлений происходящей в настоящее время реформы государственного управления. Реформирование этой системы является необходимым условием обеспечения высоких темпов социально-экономического развития страны. Основной целью дальнейшего реформирования государственной службы является ее развитие в интересах гражданского общества и государства, повышение доверия гражданского общества к государственным органам, в том числе и за счет улучшения качества ее услуг.

Важную роль в повышении эффективности государственной службы играет четкое определение необходимого количества руководящих звеньев, а также налаженная система социальных гарантий служащих (мотивация труда), во взаимосвязке с результативностью.

Все сказанное выше позволяет сделать вывод о том, что существующая система государственных гарантий, мотивации труда государственных служащих должна быть направлена на компенсацию ограничений, объективно обусловленных характером деятельности в системе государственного управления; реализацию социальных ожиданий работника, которые легли в основу его профессионального выбора; нейтрализацию факторов, препятствующих эффективной служебной деятельности государственного служащего.

Ранее основным критерием для определения размеров оплаты труда выступала система старшинства и уровень полученного образования. Реформы же проходили под лозунгом большего внимания к выполнению работы, меньшего автоматизма в применении старых принципов, большей децентрализации при определении размеров оплаты.

В зависимости от автономии органов исполнительной власти в определении заработной платы своих сотрудников выделяются две системы:

1. Централизованная (Испания, Германия, Португалия, Франция), при которой снижается неравенство, усиливается солидарность государственных служащих, уменьшается переманивание из одних органов в другие.

2. Смешанная (Дания, Ирландия, Финляндия, Нидерланды, Италия, Швеция, США, Канада), в которой руководитель является ответственным за проведение политики в отношении персонала, а заработная плата зависит от обязанностей государственного служащего.

В рамках широкомасштабных реформ в сфере управления кадровыми ресурсами в государственном секторе решающим фактором повышения эффективности государственной службы зарубежных стран стало создание условий для устойчивой мотивации государственных служащих и внедрение системы оплаты труда по результатам.

Сегодня оплата труда по результатам не рассматривается как механизм стимулирования, скорее как некое средство оптимизации внутренних процессов (при постановке цели, разъяснении задач, развитии навыков, улучшении диалога служащих и менеджеров, для командной работы, для гибкости при выполнении работы). Это объясняется тем, что для государственных служащих более сильным стимулом является содержание работы, а основной мотивацией выступает перспектива развития карьеры [1].

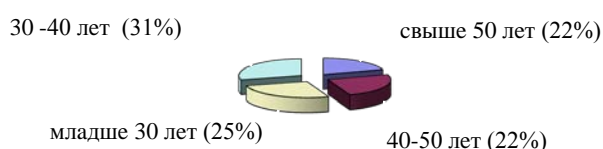
Мониторинг кадров государственной службы в Республике Казахстан по состоянию на 1 января 2016 года показал, что штатная численность государственных служащих составляет 99 886 чел., из них политических служащих – 422 чел..

Таблица 1 – Численность государственных служащих [2]

Показатель	Численность государственных служащих
Государственные служащие	99886
Политические служащие	422
Женщины	54,2%
Мужчины	45,8%

Высшее образование имеют 89,7 % государственных служащих, что является очень высоким показателем. Для сравнения: в ряде развитых стран, таких как США, Австралия, Канада, для занятия низших должностей государственной службы даже не требуется наличие высшего образования.

Сегодня средний возраст государственного служащего составляет 39 лет. При этом самый многочисленный слой – 30–40 лет, около 31 %, младше 30 лет – 25 %, 40–50 – 22 %, свыше 50 лет – 22 %. Это показывает, что возрастной состав сбалансирован, а также свидетельствует об относительном сохранении преемственности на государственной службе.



Рисунок–1. Возрастной состав государственных служащих

Примечание: сведения, полученные из источника [3]

Численность государственных служащих со стажем до 5 лет составляет 30 %, от 5 до 10 лет – 24 %, свыше 10 лет – 46 %. При этом средний стаж работы на государственной службе составляет 10,5 лет. За последние 2 года он возрос на год, то есть можно заметить тенденцию к стабилизации [3].

В Казахстане происходящие перемены свидетельствуют о существенных изменениях в сознании и поведении государственных служащих. Значительно укрепилась социально-профессиональная ориентированность служащих на работу в государственных органах. В государственном аппарате укрепились установки на профессиональное продвижение по службе, появилась большая определенность государственных служащих в своем функциональном и социально-профессиональном предназначении.

Наличие разницы в размерах оплаты труда между государственными служащими и работниками негосударственного сектора экономики затрудняет привлечение на государственную службу молодых квалифицированных специалистов и руководителей, что снижает эффективность

деятельности государственных органов, ухудшает профессиональный и половозрастной состав государственных служащих.

Выявление ряда важных количественных и качественных параметров современного состава государственных служащих, наиболее существенных тенденций его развития позволяет более предметно оценить существующую систему государственных гарантий государственных служащих, а также степень ее влияния на обеспечение стабильности кадров государственной службы.

Суть мотивации сотрудников в современном менеджменте состоит в познании и реализации их личных интересов, предоставлении им возможностей реализовать себя в процессе достижения целей организации. Стимулирование труда является методом воздействия на трудовое поведение работника через мотивацию. Выделяют два вида методов стимулирования труда: материальные (экономические) и нематериальные (неэкономические) методы. К материальным методам можно отнести оплату труда, денежные вознаграждения в виде премий и бонусов, участие в прибылях и другие. Данный вид стимулирования труда, который также трактуется как прямая материальная мотивация, считается одним из самых эффективных. Материальные стимулы повышают инициативу работников, увеличивают уровень удовлетворенности от работы, привлекают потенциальных сотрудников [5]. Существует и косвенная материальная мотивация, к которой относятся больничные, отпускные, медицинская страховка, предоставление льготных кредитов, оплата обучения работников на различных курсах, дотации на питание в столовых, оплата счетов мобильной связи при подключении по корпоративному тарифу и многое другое. На государственной службе это выражается в основных и дополнительных государственных гарантиях.

Среди них можно выделить следующие: предоставление выходных дней и нерабочих праздничных дней, а также ежегодных оплачиваемых основного и дополнительных отпусков, медицинское страхование государственного служащего и членов его семьи, возмещение расходов, связанных со служебными командировками, профессиональная переподготовка, повышение квалификации, стажировка, обучение с сохранением на этот период замещаемой должности и денежного содержания, транспортное обслуживание, обеспечиваемое в связи с исполнением должностных обязанностей, единовременная субсидия на приобретение жилого помещения и другие. Денежное содержание является основным средством материального обеспечения и стимулирования профессиональной служебной деятельности, поскольку законодательство накладывает определенные ограничения и запреты на возможность получения государственными служащими иных доходов помимо основного места работы.

Среди нематериальных методов стимулирования труда выделяют организационные и моральные. Первые подразумевают привлечение сотрудников в процесс принятия решений, делегирование полномочий, обогащение труда, повышение в должности и др. Моральные методы стимулирования включают в себя объявление благодарности, награждение дипломами, грамотами или благодарственными письмами, поздравления и вручение подарков, оказание внимания новичкам в период адаптации и др. На государственной службе существуют особые виды нематериальных поощрений, такие как присвоение почетных званий, награждение знаками отличия, орденами и медалями. Сегодня мотивация сотрудников занимает одно из центральных мест в управлении персоналом, поскольку она выступает непосредственной причиной их поведения [6].

Данные направления мотивации труда государственных служащих легли в основу нового Закона «О государственной службе Республики Казахстан» [1], где пересмотрены следующие элементы мотивации труда в системе государственной службы (материального и нематериального характера): карьерное продвижение, основанное на принципах меритократии; мотивация труда с применением бонусной системы; введение новой системы оплаты труда, учитывающей привязку не только к статусу, но и к результативности, объему работы, уровню ответственности, различные виды поощрений и др.

Так, в новом Законе «О государственной службе Республики Казахстан» поощрения государственных служащих применяются за образцовое выполнение должностных обязанностей, безупречную государственную службу, выполнение заданий особой важности и сложности и другие достижения в работе, а также по результатам оценки их деятельности.

К государственным служащим могут применяться следующие виды поощрений: единовременное денежное вознаграждение; объявление благодарности; награждение ценным подарком; награждение грамотой; присвоение почетного звания; иные формы поощрения, в том числе награждение ведомственными наградами. За одно и то же отличие к государственному служащему может быть применено только одно поощрение. Порядок применения поощрений определяется актами государственных органов. За особые заслуги государственные служащие могут быть представлены к награждению государственными наградами в соответствии с Законом Республики Казахстан «О государственных наградах Республики Казахстан».

Особое место в новом Законе отводится новой системе оплаты и мотивации труда. В частности, со временем предполагается перейти на факторно-балльную систему, которая предусматривает прямую зависимость заработной платы от достигнутых результатов самого государственного служащего.

Условно говоря, сегодня оплата труда государственных служащих «механически» увязана с уровнем должности, то есть руководителям структурных подразделений одного государственного органа, к примеру, директорам департаментов независимо от характера и объема функций начисляется одинаковый базовый оклад, на который начисляется надбавка за стаж работы на государственной службе.

Также необходимо ввести в оплату труда корректирующие коэффициенты по регионам, чтобы обеспечить адекватную уровню жизни на данной территории зарплату государственных служащих. При этом в расчет будут приниматься потребительская корзина, стоимость аренды жилья, природно-климатические, экологические и другие условия. Должна быть предусмотрена бонусная система мотивации труда государственных служащих отдельных категорий, где индивидуальные результаты будут учитываться во взаимосвязи с итогами работы государственного органа [7].

Исследование факторов управления трудовой мотивацией в сфере государственной службы показало, что наступило время для переоценки используемых методов мотивации с целью нахождения более эффективных. И для повышения результативности деятельности государственных служащих требуется использовать комплексный подход и модернизацию системы государственного управления с применением новых концепций и технологий менеджмента, психологии управления и социологии [4].

Вышеприведенное исследование позволяет разработать предложения по совершенствованию мотивации служебной деятельности государственных служащих, а именно:

- показатели результативности деятельности государственных служащих связать с изменением конечного состояния объекта, на который направлена их деятельность (цели государственного управления). Следовательно, можно предложить изменение системы управления в целом: с управления по процессу на управление по целям;

- при системе управления по целям тексты в документах, регламентирующих трудовую деятельность сотрудников, сформулировать нужно таким образом, чтобы в них были прописаны, в том числе, ожидаемые результаты работы;

- создать объективную и комплексную систему показателей, показывающих степень достижения ожидаемых результатов и позволяющих сфокусировать внимание должностных лиц на основных приоритетах государственных органов;

- применять методы мотивации персонала, ориентированные на результат;

- разработать систему учета нагрузки на сотрудников и систему материальных и нематериальных методов поощрения в зависимости от объемов работы и от полученных результатов.

На государственной службе увеличение эффективности работы достигается при помощи стимулирования стабильности кадров, гарантий занятости, постепенного повышения заработной платы, государственных систем и гарантий социального обеспечения. Главным инструментом достижения стабильности кадров является тарифная система, предусматривающая как рост оплаты труда на горизонтальном уровне в зависимости от качества работы и соблюдения правил трудовой этики, так и повышение по должности и увеличение оклада по вертикали в соответствии с ростом квалификации работника, его стажа, с учетом его профессиональных возможностей, результативности.

Список литературы:

- 1 О государственной службе Республики Казахстан: Закон Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года № 416-V ЗРК.
- 2 Информация <http://kyzmet.gov.kz/ru>.
- 3 Мониторинг кадров государственной службы РК. По состоянию на 1 января 2015г. <http://anticorruption.gov.kz/rus/infocentre/infografika/?cid=0&rid=8038>.
- 4 <http://anticorruption.gov.kz/rus/>. Соцопрос.
- 5 Уткин Э. А., Бутова Т. В. Мотивационный менеджмент. – М.: ТЕИС, 2004.
- 6 Ядоян В. О. Теоретические аспекты мотивации государственных гражданских служащих // Молодой ученый. – 2014. – № 6. – С. 534–536.
- 7 Дауешов М. Госслужба: новый алгоритм // Казахстанская правда. – 2015. – 8 сентября. <http://www.kazpravda.kz/rubric/100-shagov/gossluzhba-novii-al/>.

ИННОВАЦИЯЛЫҚ МАРКЕТИНГТІҢ МАЗМҰНЫ

Парымбек Г. Б. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазіргі таңда нарықта тауар және қызметті жылжытудың бәсекелестік стратегиясын құруды жаңа инновациялық енгізулердің қатысуынсыз жүргізу мүмкін емес болып есептеледі. Маркетингте компанияға пайдасын мүмкіндігінше арттыруға және нарық ауқымын кеңейтуге мүмкіндік беретін инновациялық технологиялар кеңінен қолданылуда. Нарықтық экономика жағдайындағы қатаң бәсекелестіктен жеңімпаз болып, нарықта өз үлесін иемдену үшін, жергілікті кәсіпорындар, үздіксіз, жаңашыл, инновациялық технологияларды енгізіп, дамытып отырғаны жөн. Нарықтың көптеген тауарларымен толығуына байланысты маркетингтік ең тиімді тұжырымдамасы немесе бағыты болып табылатын инновациялық технологиялар көмегімен инновациялық өнімді жылжытуды жүзеге асырып және оны тиімді жүзеге асыруда нарықта таңдау жүргізуге болады.

Бүгінде инновация – жаңа өткізу нарықтарын табудың, пайданы ұлғайтудың, бәсекеге қабілеттілікті арттырудың ең белсенді құралы болып табылады. Сондай-ақ, инновация бұл жаңа немесе жетілдірілген өнімді өндіру үрдісі, сонымен бірге өндірістік технологияларды жетілдіруге немесе кәсіпорынды қайта құруға бағытталған инновациялық қызметтің соңғы нәтижесі ретінде анықталады [5]. Ол жаңа тауар және қызмет түрін шығаруға, жаңа нарық базасын құруға, инвестиция ағымын және шығындарды төмендетуге мүмкіндік береді. Нақтырақ айтқанда, инновациялық даму үрдісі кез келген дағдарыстық жағдайдан оңай шығуға және экономикалық көрсеткіштердің ұлғаюына әсерін тигізеді. Жаңа тауар және жаңа маркетингтік бағытты жетілдіру арқылы компания өзінің нарықтағы үлесін жоғарылатуға, сәйкесінше кірісін арттыруға мүмкіндігі бар. Сол себепті қазіргі таңда еліміздің экономикасының дамуына бірден-бір әсерлі ықпалын тигізетін құрал – инновациялық маркетинг болып отыр.

Инновациялық маркетинг – жақында қолданысқа ене бастаған жаңа түсінік. Бұл экономикалық категорияның пайда болуының алғышарттары кәсіпорын қызметінде инновация маңызының артуымен тікелей байланысты.

Инновациялық маркетинг – тауар, қызмет және технологияларға қатысты жаңа идеяларды қолдануда сұранысты және қажеттілікті барынша қанағаттандыру мақсатында сұранысты қалыптастыру және анықтауға бағытталған жаңа енгізулер нарығындағы қызмет болып табылады. Сондай-ақ инновациялық маркетинг – өндірістегі үрдістерді дамыту және ноу-хауға айналдыру түрінде ерекшеленеді [1]. Осы орайда инновациялық маркетинг түсінігіне берілген көптеген анықтамалардың біріне сүйенсек, инновациялық маркетинг тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған, инновациялық жобаны жасаудан оны тұтынушыға жеткізуге дейінгі маркетингтік құралдарды тиімді қолдану іс-әрекеттерінің жиынтығы [3]. Яғни, жаңа бір инновациялық өнімнің жобасын жоспарлап, оны жасап шығарып, ары қарай тұтынушыға жеткізу барысында жасалатын барысында жасалатын маркетингтік іс-әрекеттер жиынтығы болып табылады.

Сонымен қатар тағы бір анықтама бойынша инновациялық маркетинг концепциясы жалпы маркетингтік қызметтің, нарықты зерттеу және кез келген ұйымның бәсекелестік стратегиясын іздеудің негізі болып табылады [2]. Қазіргі кезде кез келген ұйымдағы маркетинг бөлімдерінің инновацияларды іздеу кезеңіндегі негізгі міндеттері нарықты зерттеу: сұраныс, тұтынушылардың мінез-құлқы және қалауы, бәсекелестік деңгейі және бәсекеге қабілетті өнімдердің болуы, нарықта жаңа тауарды тиімді орналастыру мүмкіндіктері болып отыр. Жалпылама айтқанда, инновациялық маркетинг – жаңа нарықты және тұтынушылардың жаңа қажеттіліктерін қалыптастыру болып табылады.

Жоғарыда келтірілген анықтамаларға сәйкес, инновациялық маркетинг бүгінде кез келген компанияның өмір сүру циклында басты бағыт болып табылады және бизнес философиясы ретінде инновациялық маркетинг кәсіпкерлік қызметтің негізінде ойлау жүйесін және идеологиялық негізді ұсынады.

Талдау үрдісі ретінде инновациялық маркетинг зерттеу мінез-құлқыны жүзеге асуын қарастырады: нарық конъюнктурасын зерттеу мақсатында маркетингтік зерттеу жүргізу, тұтынушылардың талғамын анықтау, инновацияға сұраныстың өсуін болжамдау, сегменттеу және мақсатты сегментті таңдау, инновация үшін маркетинг стратегиясын енгізу және т.б.

Белсенді үрдіс ретінде инновациялық маркетинг нарықтағы инновацияны жылжытумен және жайғастырумен байланысты бірнеше міндеттерді шешуге мүмкіндік береді.

Инновациялық менеджмент қызметі ретінде инновациялық маркетинг тауар, қызмет, технологияға қатысты жаңа идеяларды іздеу кезеңінен басталады және тауардың толық өмірлік циклының кезеңімен аяқталады.

Басқаша айтқанда, инновациялық маркетинг нақты бір міндетті құруда тиімді шешім қабылдауды қамтамасыз ететін ғылыми-зерттеу, өндірістік, ұйымдық, коммерциялық және қаржылық шаралардың кешенін құраушы инновациялық жоба болып табылады. Бұл жерде инновациялық жобаның барлық мақсаттарын талдау маңызды: кәсіпорын өнімінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру, компанияның ұзақ мерзімді өсу деңгейін тұрақты ұстап тұру үшін инновациялық базаны құру және кәсіпорынның экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету. Бұл мақсаттарды орындау арқылы компанияның экономикалық өсу көрсеткіштеріне алып келетін инновациялық маркетингтің максималды түрде нәтиже беруімен сипатталады.

Көп жағдайда экономисттер инновациялық маркетинг және маркетинг инновациясы түсініктерін бір-бірінен ажырата алмай қалып жатады. Негізінде бұл екі түрлі ұғым емес, бірақ инновациялық маркетинг маркетинг инновациясына қарағанда әлдеқайда кеңірек түсінік және оның құрамына ұйым миссиясы, ойлау философиясы, ғылыми зерттеу аймағы, басқару мәнері және тәртібі кіреді. Бұл үндескен жаңашылдық, қарым-қатынастың ерекше түрі және тәуекелді толық қабылдау. Маркетинг инновациясындағы басты нәрсе – тұтынушының жаңа тауарды қабылдауы және тұтынушы үшін маңызды сапа көрсеткіштерін мұқият зерттеуге негізделген жаңа тауарға деген сұранысты зерттеу мен болжау.

Инновациялық маркетингтің негізгі қағидалары:

- кәсіпорынды басқару жүйесінде зерттеу;
- өндірістік және маркетингтік қызмет бірігуі;
- маркетингтік зерттеу жүргізуді талап ететін ұзақ мерзімді болашаққа бағдарлау және жоғары тиімді шаруашылық қызметті қамтамасыз ететін инновацияларға қатысты идеяларды алу;
- өзара тәуелді және өзара келісілген стратегиялар мен әлеуетті белсенді тұтынушылардың талаптарына сәйкес тәжірибелер және олардың қызығушылықтарына бағытталған инновациялар әрекеттер жүргізуді қолдану[2].

Көбінесе, инновациялық маркетинг нарықты талдауға бағытталған, тауардың сату көлемін арттыруға маркетингтік стратегия құру және оны тәжірибелік тұрғыда жүзеге асыру тәрізді шаралардың жиынтығын құрайды. Өнімді жылжытуды тиімді жүзеге асыру үшін мақсаты нарыққа жаңа тауарды енгізу технологиясын құру болып табылатын стратегиялық инновациялық маркетинг әдістерін үнемі қолданған жөн.

Инновациялық маркетинг ерекшеліктеріне тауардың нарыққа шығу стратегиясын нақты кезеңдерге бөле отырып, ол кезеңдерді қатаң түрде реттілік бойынша жүріп өтуі жатқызылады. Оларды толығырақ қарастырсақ:

- Стратегиялық инновациялық маркетинг алдымен елдегі макроэкономикалық жағдайды зерттеуді болжайды: инфляция деңгейі, халықтың төлем қабілеттілігі, оның құрамы және өсу қарқыны, саяси жағдайлар, салық төлеу заңдылығындағы өзгерістер, өнім өндіру көлемі және т.б.

- Тактикалық инновациялық маркетинг технологиясын қолдану тауардың нарықтық тартымдылығын мұқият талдаудан басталады. Бұл уақыт аралығында сол немесе басқа тауарға тұтынушылардың сұранысы зерттеледі, яғни не үшін сату нүктелерінде сатып алушыларға сұрау жүргізіледі және т.б. Осы ақпарат негізінде инновациялық маркетингтің құралдарын пайдалану арқылы қандай тауар түрі, қандай сапада және қаншалықты бағада болатындығы анықталған нарықтық сегментте белгілі болады.

- Маркетингтің инновациялық әдістеріне нарықтағы тауардың бәсекеге қабілеттілігін зерттеу және оның ұқсас тауарлар қатарынан позициясын анықтау жатады.

- Соңғы кезеңде кәсіпорын қызметінің бағыттарын қарастырумен және оның ішінде ең тиімдісін анықтаумен құрылатын «портфельді» анализ жүргізіледі.[4] Бұл маркетингтің инновациялық стратегияларын қолдану арқылы бәсекеге қабілетті және сатып алушы үшін тартымды тауарларды жылжыту мақсатында жүргізіледі. Демек, таңдалған стратегия тәжірибеде максималды табыс алу үшін және тауардың нарықтағы үлесін кеңейту мақсатында жүзеге асырылады. Бұл кезеңде инновациялық маркетингтің ерекшеліктері жүзеге асырылатын тауарлардың анықталған нақты түрлері, жақсы пайда алу үшін оған тиімді бағаны қою болып табылады, бірақ сатып алушы үшін жүзеге асыру орнын таңдау және жылжыту стратегиясы (жарнамалық компания, өндірістік технологияларды жетілдіру т.б) айтарлықтай тартымды болады.

Инновациялық маркетингтің дәстүрлі маркетингтен басты айырмашылығы, инновациялық маркетинг нақты тауармен емес, оның идеясымен және жаңашылдығымен жұмыс жасайды. Бұл жердегі негізгі міндет аталған идеялар немесе жаңашылдықтар инновацияны қолдауға кететін шығынды жаба алатындай табыс алып келе алатындығына көз жеткізумен, яғни анықтаумен байланысты.

Сонымен қоса инновациялық маркетингтің ерекшеліктеріне келесілер жатады: біріншіден, бұл ғылыми-техникалық жұмыс нәтижесінің салааралық ерекшеліктерін есепке алу міндеттілігі. Аталған

қағида бірнеше салада нақты жаңашылдықтарды қолдану қажеттілігін зерттеу негізінде жүзеге асырылады. Екіншіден, ғылыми-техникалық өнімдерді сату кезінде тәжірибесі бар, көп жағдайда ұжымдық тұтынушыға (фирма атынан сатып алу комиссиясы) бағытталу қажет. Өнімнің осы түрінің сатылуы ұзақ уақыттық және қиын келіссөздер нәтижесінде жүзеге асады. Инновациялық тауарлар тұтынушылық нарықта алдын ала тандалатын тауарлар қатарына жатқызылады. Осының нәтижесінде сатып алу үрдісі отбасындағы қайта-қайта салыстыру және талқылау арқылы жүзеге асады. Үшіншіден, ғылыми-техникалық өнімдер мен инновациялық тауарларды сату жарнаманың міндеттілігін болжайды, егер тұтынушыға инновацияның мағынасын нақтылы түсіндермесе, ол тауарды сатып алмайды, себебі ол тауармен мүлде таныс емес. Төртіншіден, инновациялық өнімдердің техникалық күрделі болуына байланысты өндіруші компания сатудан кейінгі қызмет көрсетуі міндетті. Бұл жерде қысқаша айтатын болсақ, қызмет болмаса – жаңа тауардың коммерциялық табыстылығы болмайды. Бесіншіден, инновациялық, ғылыми-техникалық өнімдердің өткізілуі тұтынушының инновациялық әлеуетінің сапасы мен көлеміне тәуелді болуымен анықталады.

Инновациялық маркетинг ұйымның жұмыс жасаушы барлық саласында шығармашылық тәсілдерді қолдануды болжай отырып, бәсекеге қабілетті тауарды шығару және ұйымның технологиясын жетілдіру мақсатында әрқашан жаңа идеяларды енгізуге және іздеуге бағыттайды. Қазіргі заманғы зерттеушілер дәстүрлі ойлау мен ерекше ойлау шеңберіндегі инновациялық маркетингтің мүмкін бағыттарын бөліп көрсетеді. Егер бірінші бағыт, ұйымның нақты мақсаттары, мақсатты нарықтар мен мүмкіншіліктер негізінде өнім жасауды көздесе, екінші бағытшектелмеген инновациялық идеяны іздеу үрдісін және идеяның ұйымның барлық мақсаттарынан бірінші тұруын болжайды. Екінші бағыт ірі ұйымда инновациялық бөлімнің болуын және жаңа тауарлар мен технологиялардың пайда болуына алып келетін тәуекелі жоғары жобаларды жүзеге асыруға бағытталған венчурлық фирмалардың болуын ескертеді.

Қорыта айтқанда, инновациялық маркетинг түсінігінің мәні мен мазмұнын зерттей отырып, мынадай анықтама беруге болады: тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыра отырып, пайда табуға бағытталған, инновациялық жобаларды болжап, оны жасап шығарудан бастап тұтынушыға жеткізуге дейінгі маркетингтік құралдарды қолдану іс-шараларының жиынтығы болып табылады. Еліміздегі инновациялық маркетингтің дамуындағы басты бағыттар: инновацияға деген сұранысты қалыптастыру, инвестициялық, ұйымдастырушылық-құқылық, кадрлық сұрақтардың шешу - инновациялық маркетингті қолдану деңгейін кеңейтуде нақты рольге ие болып табылады. Осының арқасында екі жақта жеңіске жетеді: өндіруші және тұтынушы. Әр түрлі өнімдердің топтамасына қатысты инновациялық маркетингті құруда, инновация нарығында, инновациялық қызметтің субъектілері, оны қолданудың шарттары мен мүмкіндігінде әрүрлілік байқалады. Сондықтан инновациялық маркетингті жүзеге асыруда жаңа әдістерді қолдану қажет. Сондай-ақ инновациялық маркетингке сәйкес ұйым, маркетингтік әдістер мен инновациялық өнімдерді үнемі жетілдіріп отыруы тиіс. Сәйкесінше мұндай тұжырым экономиканың дамуында жаңа тербеліс береді және еліміз озық технологиялы көшбасшылармен бәсекеге қабілетті болуында инновациялық маркетингтің қосар үлесі мол деп қорытындылауға болады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Кулагин, А.С. Немного о термине «инновация» // Инновации. 2011. № 7.
2. Багиев Г.Л., Богданова Е.Л. Маркетинг инноваций. Оқу құралы. 2004.
3. Тасмағанбетов А.Б., канд. дисс. авторефераты: «Инновациялық маркетинг кешені». Алматы, 2009. – 28б.
4. Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент: Оқу құралы. - Питер, 2005.
5. Бейжанова А.Т., «Заманауи маркетинг бағыттары». Алматы, 2016.

ПУТИ СОКРАЩЕНИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ И РОСТА ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В КАЗАХСТАНЕ

Пашаева Ж. А.

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Рынок труда, формируясь не стихийно, а под влиянием множества факторов, не может не быть объектом пристального внимания государства в лице его должностных лиц. Функционально государство как институт по управлению делами общества посредством специально созданного, финансируемого на средства, уплачиваемые в виде налогов, сборов, иных платежей, государственного аппарата осуществляет вмешательство в сферу занятости населения, в первую очередь, определяя юридическую основу такого рода деятельности.

Вопросы государственного регулирования рынка труда не перестанут быть актуальными. Поскольку именно люди, их уровень жизни и развитие являются конечной целью экономической политики, а политика занятости связана непосредственно с созданием благоприятных условий для труда и, соответственно, роста благосостояния нации.

Безработица, с одной стороны, является позитивным моментом рыночной экономики, стимулируя конкуренцию за лучшие места на рынке труда. Однако вместе с тем она приносит немало социальных проблем, поскольку безработный теряет законный источник доходов, с течением времени ослабевает его квалификация, снижается самооценка – растет напряженность в обществе в целом. Поэтому изучение проблемы безработицы и поиск путей ее решения является не просто важным, но и актуальным на данный момент вопросом.

Безработица является одной из коренных социально-экономических проблем современного этапа развития казахстанского общества. Она влечет за собой расточение в огромных масштабах главной производительной силы общества - рабочей силы, существенное сокращение потенциального валового продукта и национального дохода страны. Очевидно, что при неполном использовании имеющихся ресурсов рабочей силы экономическая система работает, не достигая границ своих производственных возможностей. Таким образом, показатель безработицы становится одним из ключевых показателей для определения общего состояния экономики, для оценки его эффективности.

Рассматриваемая проблема нуждается в постоянном глубоком научном исследовании, всестороннем теоретическом анализе и выработке на этой основе практических рекомендаций по обеспечению занятости трудоспособного населения страны, снижения безработицы до минимального, социально допустимого уровня.

Поскольку безработица представляет собой серьезную макроэкономическую проблему, выступает показателем макроэкономической нестабильности, государство предпринимает меры для борьбы с ней. Для разных типов безработицы, поскольку они обусловлены разными причинами, используются разные меры. Общими для всех типов безработицы являются такие меры как:

- выплата пособий по безработице;
- создание служб занятости (бюро по трудоустройству).

Специфическими мерами для борьбы с фрикционной безработицей выступают:

- 1) усовершенствование системы сбора и предоставления информации о наличии свободных рабочих мест (не только в данном городе, но и других городах и регионах);
- 2) создание специальных служб для этих целей [1].

Для борьбы со структурной безработицей используются такие меры как:

- 1) создание государственных служб и учреждений по переподготовке и переквалификации;
- 2) помощь частным службам такого типа.

Основными средствами борьбы с циклической безработицей являются:

- 1) проведение анти циклической (стабилизационной) политики, направленной на недопущение глубоких спадов производства и, следовательно, массовой безработицы;
- 2) создание дополнительных рабочих мест в государственном секторе экономики.

Государственная политика занятости населения – это часть социально-экономической политики государства, направленная на разрешение проблем занятости населения в экономике на основе повышения эффективности программ обеспечения занятости, развития системы социального партнерства, стимулирования мобильности экономически активного населения и усиления гибкости рынка труда. Государственная политика занятости населения может быть активной и пассивной. Приоритетным направлением такой политики являются активные меры на рынке труда. Активная политика занятости – это совокупность правовых, экономических и организационных мер государства, проводимых с целью предупреждения безработицы и снижения ее уровня.

Государственная политика занятости исходит из положений Конституции РК, в которой записано, что основные направления внутренней политики государства определяются Президентом РК. Правительство РК обеспечивает проведение в стране единой государственной политики в разных областях деятельности, в том числе в области занятости населения. В соответствии с действующим законодательством о занятости населения государство проводит политику содействия реализации прав граждан на полную, продуктивную и свободно избранную занятость.

Анализ наблюдаемых негативных явлений в сфере занятости, а также происходящих постоянных изменений в государственной политике в этой области серьезно затруднен из-за недостатка четких критериев и индикаторов динамики социальных процессов в республике. Особенно это касается показателей безработицы, официально регистрируемый уровень которой, как известно, значительно отстает от ее реальных размеров. К примеру, специалисты Агентства РК по статистике, регулярно публикуя данные, Министерства труда и социальной защиты населения «О численности

безработных, состоящих на учете в центрах занятости», приводят и экспертные оценки общей безработицы в Казахстане. (См. Рис. 1)

Показатели рынка труда в Республике Казахстан в 2015-2016гг.

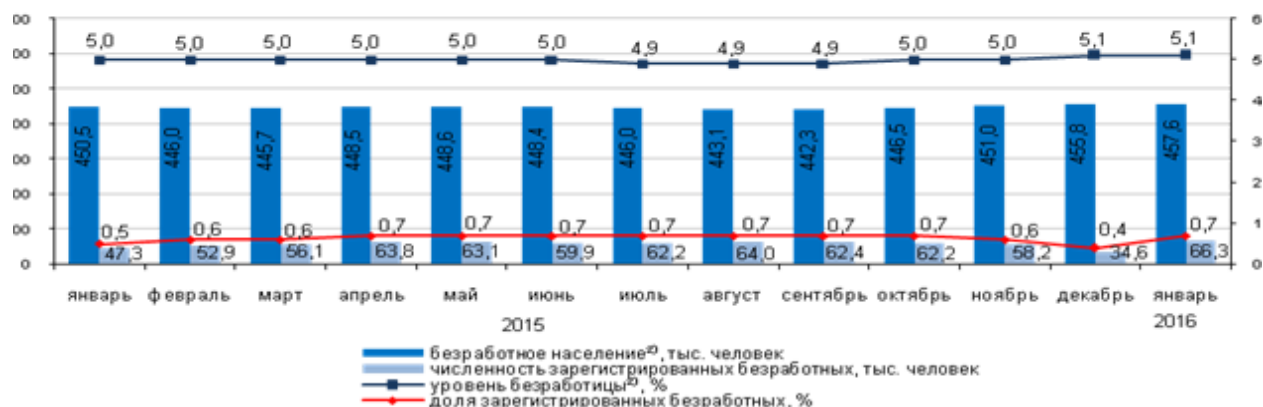


Рисунок 1 – Показатели рынка труда в Республике Казахстан в 2015-2016гг.

Анализ данных показал, что численность безработных в январе 2016 года составила 457,6 тыс. человек, уровень безработицы – 5,1%. В органах занятости официально на конец января зарегистрированы 66,3 тыс. человек – это почти в два раза больше, чем в предыдущем месяце. Доля зарегистрированных безработных составила 0,7% от экономически активного населения. Такие данные приводит Комитет по статистике Миннацэкономики РК. Отметим, что в декабре 2015 года количество безработных составляло 455,8 тысячи человек. При этом повышение числа незанятых казахстанцев наблюдается с сентября минувшего года.

«В экономике республики в январе 2016 г. были заняты 8,5 млн человек. Среди занятого населения численность наемных работников в указанном периоде - 6,2 млн человек, это 73,1% от общего числа занятых. По данным IV квартала 2015 года, из общего числа самостоятельно занятого населения доля продуктивно занятых составила 78%, непродуктивно занятых – 22%. Уровень скрытой безработицы на этот период составил 0,4% (33,3 тыс. человек) от экономически активного населения[2].

Важным показателем последствий безработицы является уровень безработицы среди различных по образованию групп населения. (Рис.2)

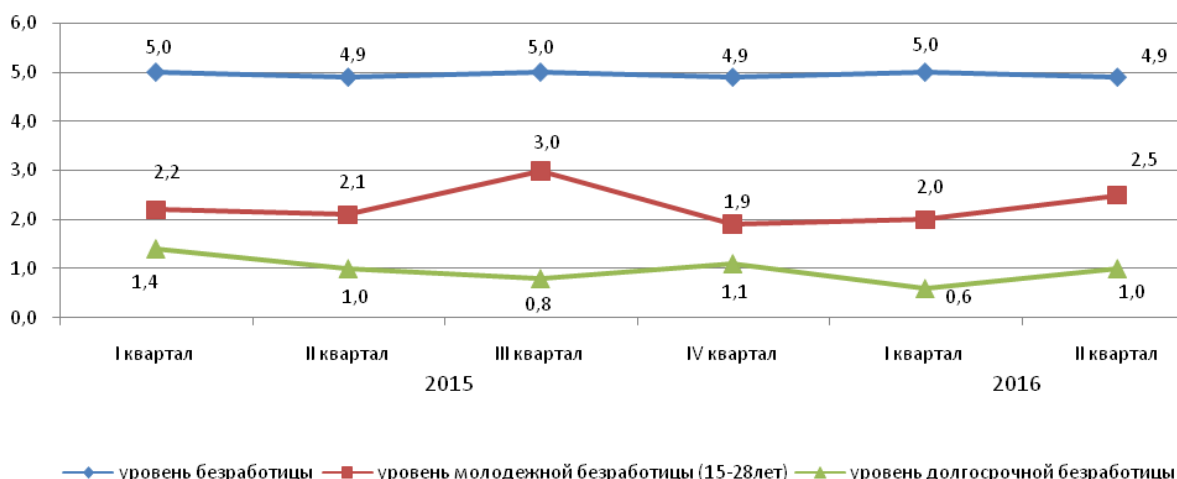


Рисунок 2 – Уровень безработицы среди населения

Приводимые данные об уровне безработицы среди населения свидетельствуют о сильной корреляционной связи между образованием и уровнем безработицы: уровень безработицы падает с повышением образовательной подготовки населения. Это объясняется тем, что образование делает труд человека более эффективным, повышая ценность более образованного работника на рынке труда.

Представляют научный интерес и данные распределения безработного населения по возрасту. (Таблица 1)

Таблица 1 - Распределение безработного населения по возрасту за 2001-2014 годы

	2001		2005		2010		2014	
	тыс. чел	в %	тыс. чел	в %	тыс. чел	в %	тыс. чел	в%
Безработные, всего	780,3	100,0	640,7	100,0	496,5	100,0	451,8	100,0
<i>в том числе в возрасте:</i>								
15-24	240,3	30,8	183,6	28,6	66,5	13,5	50,5	11,2
25-34	198,8	25,5	190,4	29,7	179,5	36,2	175,5	38,8
35-44	186,6	23,9	120,9	18,9	101,9	20,5	100,7	22,3
44-54	118,1	15,1	114,7	17,9	104,0	20,9	86,9	19,2
55-64	33,3	4,3	31,1	4,9	44,6	8,9	38,2	8,5
65 и более	3,2	0,4						

Данные таблицы говорят о сокращении численности безработных за последние 14 лет. Сокращение произошло с 780 тыс. человек в 2001 году до 451,9 тыс. человек в 2014 году. При этом, распределение безработных по разным возрастным группам за рассматриваемый период претерпело ряд заметных перемен. Если в 2001 году, так же как и во многих странах мира, в структуре безработных наибольший процент приходился на долю молодежи в возрасте 15-24 лет (30,8%), то с 2005 года их доля стала сокращаться. В результате, безработных стало больше в возрастной категории 25-34 лет. Например, если их доля в 2005 году составляла 29,7%, в 2010 году – 36,2%, то в 2014 выросла до 38,8%. Приведенные факты расходятся с той тенденцией, которая складывается в мировой экономике. Например, по данным Eurostat, в 2015 году в Испании безработица среди людей в возрасте до 25 лет составляет 49%, причем, молодежная безработица остается самой высокой почти во всех странах Европы, однако по мере повышения возраста молодых их доля в общей численности безработных сокращается[3].

Обобщая проведенный анализ, можно выделить следующие особенности современной безработицы в Республике Казахстан:

- наибольший удельный вес среди безработных занимает молодежь в возрасте 25-34 лет, причем женщин, безработных в этом возрасте, намного больше, чем мужчин;
- наименьший удельный вес в структуре безработного населения занимают молодежь в возрасте 16-19 лет и люди пред пенсионного возраста;
- уровень женской долгосрочной безработицы намного выше, чем мужской безработицы, причем эта разница сильнее в городе, чем в деревне;
- в структуре безработного населения по уровню образования наибольший удельный вес занимают, безработные со средним профессиональным образованием, наименьший удельный вес занимают безработные с основным и незаконченным высшим образованием.

Государственная политика занятости населения может быть активной и пассивной. Приоритетным направлением такой политики являются активные меры на рынке труда. Активная политика занятости – это совокупность правовых, экономических и организационных мер государства, проводимых с целью предупреждения безработицы и снижения ее уровня. Пассивная политика занятости заключается в проведении мероприятий, направленных не на борьбу с безработицей, а на сглаживание негативных ее последствий.

С целью предупреждения безработицы и снижения ее уровня рекомендуется использование активной политики занятости, которая включает в себя следующие мероприятия:

- по профилактике – предупреждению увольнений работников для сохранения рабочих мест;
- профориентации, обучению, переподготовке и повышению квалификации лиц, ищущих работу с целью повышения их конкурентоспособности;
- активному поиску и подбору рабочих мест;
- субсидированию создания новых рабочих мест на существующих предприятиях, перепрофилирования действующих рабочих мест в соответствии с потребностями рынка труда;
- организация новых рабочих мест путем организации специализированных производств, общественных и временных работ;
- поддержке предпринимательской инициативы и развитию самозанятости безработных;
- квотированию рабочих мест для слаботзащищенных категорий граждан и др.

Таким образом, опираясь на приведенные статистические данные, не приходится говорить о возрастающей роли образования в обеспечении занятости в нашей стране, что является обстоятельством, заслуживающим особого внимания. Тот факт, что в обществе прослеживается тенденция повышения образовательного уровня безработных, может расцениваться как опасный синдром, поскольку свидетельствует о снижении качества подготовки специалистов, увеличении разрыва между программой подготовки специалистов высшей и средней квалификации и потребностями рынка труда.

В Казахстане начата подготовительная работа по внедрению дуальной системы подготовки профессиональных кадров по опыту Германии, которая должна способствовать укреплению взаимодействия между учреждениями образования и компаниями, однако, пока зримых результатов мы не ощутили. Поэтому, нельзя останавливаться в начале пути, следует с большим усердием работать так, чтобы сократить разрыв между теоретической подготовкой специалистов, предоставляемой образовательными учреждениями, и реальной потребностью рынка. Только решение данной проблемы позволит образованным людям стать более востребованными на рынке труда, а науку и знания превратить в мощный фактор устойчивого и инновационного развития экономики.

Список литературы:

1. Информационный портал-<http://www.zakon.kz>.
2. Капитал. Центр деловой информации-<http://www.kapital.kz>.
3. Сайт Агенства Республики Казахстан по статистике // <http://www.stat.kz>.

ЛИДЕРСТВО В УСЛОВИЯХ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ: ЗАВИСИМОСТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ КОМАНДЫ ОТ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА

Ризабек С.Г. – преподаватель

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

«Часто стиль полемики важнее предмета полемики» © Григорий Соломонович Померанц

Уже ни для кого не является секретом тот факт, что глядя на текущую фазу цикла развития глобальных рынков в любой момент времени можно практически безошибочно охарактеризовать её как кризисное (или переходное) состояние. Это справедливо также и для национальных экономических систем, и для отдельных организаций и даже для отдельных личностей. И связано это, в первую очередь, со сжатием самих циклов развития (укорачивание их во времени), в результате чего системы проходят полный круг цикла и отдельные его фазы всё быстрее и быстрее, тем самым, ускоряя наступление следующего этапа развития (или иными словами следующего кризиса). Во-вторых, это связано с функционированием экономических и социальных систем во все более открытом режиме, когда помимо естественных внутренних изменений периодически возникают неожиданные внешние воздействия на систему, которые также подталкивают её к серьезным изменениям.

Как показывают последние открытия западных исследователей [3] в области организационного поведения, психологии и нейронауки, «относительно небольшие перемены в поведении руководителей позволяют создать гораздо более продуктивную атмосферу в любом коллективе» и раскрыть потенциал человека «в когнитивном и эмоциональном отношении, особенно в напряженной рабочей обстановке».

Три типа управления

В этой связи интересен также опыт современных российских психологов гуманно-личностного направления [1], основывающийся на фундаментальных ценностях и принципах, в том числе и на древних восточных философских системах и практиках. Проводя свои исследования независимо от западных специалистов в области организационного поведения, российские исследователи подтверждают эмпирические выводы последних и выявляют ещё более глубокие закономерности. Эти закономерности имеют своё приложение не только на уровне управления отдельной организацией, но и на уровне управления обществом в целом. Они описывают три типа управления в обществе: авторитарное, демократическое и коллегиальное (лидерское). В нижеследующей таблице, опираясь на указанную типологию, российские специалисты отмечают, чем отличается поведение руководителей, использующих разные стили управления.

№	Автократы	Демократы	Лидеры
1	Скрывают решения, изолируют команду от информации.	Принимают решения открыто, делятся информацией.	Совместно добывают и обмениваются информацией в целях принятия наиболее выгодного для команды решения.
2	Управляют в одиночку или в составе элитной группы людей (избранных).	Привлекают к процессу принятия решений как можно большее количество людей и дают им возможность принимать решения самостоятельно.	Все члены команды равным образом вовлечены в процесс управления, считая это своей личной обязанностью и ответственностью.
3	Рассматривают правоту, мудрость, ресурсы и т.д. в качестве своей исключительной прерогативы.	Полагают, что и другие члены команды могут обладать правильной точкой зрения, мудростью, а также имеют право на организационные ресурсы.	Правота, мудрость и общие ресурсы выступают в качестве общекомандных достояний, культивируемых как командные ценности.
4	Озадачивают подопечных указаниями сверху.	Позволяют ответственным подопечным решать, как будет выполняться задача.	Развивают культуру сознательной ответственности каждого члена команды за результаты выполнения общекомандных задач.
5	Реализуют собственные интересы.	Служат в интересах каждого.	Личные и командные интересы посвящают высшему благу.
6	Положительные результаты коллективной деятельности присваивают себе.	Делятся успехом с командой.	Направляют полученные ресурсы и доходы на реализацию лидерской миссии.
7	Переоценивают роль проектов и менеджмента (организационных структур, методов, систем управления и т.д.).	Недооценивают командную миссию и не придают должного значения менеджменту, сосредоточиваясь на развитии эмоциональных взаимоотношений с подопечными.	Рассматривают эффективный менеджмент и совместную деятельность членов коллектива в целях реализации общекомандных проектов в качестве естественных условий развития глубоких личностных взаимоотношений.
8	Руководители сами распределяют ответственность и деятельность в команде между подопечными по принципу «затыкания дыр».	Подопечные выполняют только ту деятельность в команде и берут ответственность за те задачи, которые им нравятся.	Команда сама формирует коллективный спрос и удовлетворяющее ему предложение на необходимые виды деятельности и ответственности.

Главный вывод заключается в том, что команда преуспевает только тогда, когда каждый её член несёт самостоятельную ответственность за важный и значимый участок общего дела. Люди, которые не ощущают своей полезности, считают, что их не ценят, а это сказывается на эмоциональном состоянии всего коллектива.

С одной стороны, человек обязан тяжело трудиться, прикладывая необходимые усилия. Если этого нет, он обречен пасть жертвой своего ума (или бессознательных, автоматических реакций). С другой стороны, если труд – это любимое дело, то он происходит, как и положено в этом случае, в состоянии радости и расслабления, естественным образом. Как же такое возможно – тяжелый труд в состоянии расслабления? Не только возможно, но и необходимо. Секрет заключается в правильном командном взаимодействии и создании поддерживающей этот дух атмосферы.

Суть умелого руководства

Хорошее руководство – это не просто достижение положительных результатов, имеющих большое значение, как для самой команды, её членов, так и других людей. Важные результаты – это не обязательно достижение поставленной цели, это любой полезный опыт, в том числе и негативный. Поэтому здоровый коллектив характеризуется не тем, что его члены радуются во время побед, а тем, что никто не огорчается во время поражений.

Лидер должен не только иметь видение цели, но и способность убеждать членов команды в её достижимости, а также вдохновлять на творческие достижения. Когда подопечные получают видение и в них зарождается вера, то материальные ресурсы – это последнее, о чем следует беспокоиться.

Главная задача лидера команды – создать необходимые условия для лидерского роста каждого подопечного. Для того, чтобы выбрать правильную стратегию развития, лидеру необходимо обеспечить соответствующую благоприятную атмосферу индивидуально для каждого члена команды. Например, известен факт: если маленькую акулу поместить в ограниченное пространство

небольшого аквариума, она сохранит свою длину пропорционально размеру аквариума вне зависимости от возраста. Но стоит только акулу выпустить в открытый океан, она начнёт расти и вскоре достигнет своего естественного размера. То же самое происходит и с подопечными.

Практические примеры того, как стиль руководства влияет на работу команды

Далее мы рассмотрим опыт исследований [2] в среде руководителей организаций, которые в достаточной степени овладели этой наукой, чтобы поменять и поведение сотрудников в лучшую сторону, и проанализируем возможности по применению этого опыта на практике.

Необходимо поддерживать баланс двух ментальных систем (рациональной и автоматической/бессознательной)

Особенно важно учесть проблему информационной перегрузки и многозадачности. Дело в том, что деятельность сознания протекает в рамках двух взаимодополняющих систем. Рациональная система (или разум) отвечает за сложные функции сознания, такие как логическое мышление, самоконтроль и прогнозирование. В каждый момент времени она может выполнять только одну операцию и быстро утомляется. Автоматическая система (или ум) облегчает эту нагрузку, автоматизируя большинство повседневных действий. Но по мере того, как рациональная система устает, автоматическая (бессознательная) берет на себя все больше, а в результате увеличивается вероятность ложных обобщений и спонтанных реакций. Именно поэтому многозадачность – такая серьезная проблема. Нам кажется, что мы можем одновременно выполнять несколько действий, однако каждое переключение с одной сознательно выполняемой задачи на другую — например, с электронной почты на чтение или на разговор по телефону, — отнимает частицу времени и психической энергии у рациональной системы сознания. И такие переключения дорого нам обходятся. Как показывают исследования, при необходимости постоянно отвлекаться и прерываться у человека снижается творческая активность, он становится более нервным и совершает вдвое, а то и вчетверо больше ошибок.

Ограниченность рациональной системы проявляется еще и в том, что чем дольше человек работает без перерыва, тем заметнее снижается качество его решений. Это усиливает классические когнитивные искажения, такие как групповое мышление и склонность к подтверждению, и мы начинаем мыслить более небрежно.

Но есть свет в конце тоннеля: если убедить подчиненных отключаться от интернета во время самых важных заданий и чаще делать перерывы в работе, это помогает заметно повысить производительность труда, уровень инноваций и рабочий настрой. Руководителю также важно понимать, что есть проблема, которая мешает устраивать перерывы и порождает многозадачность: сотрудники считают, что должны демонстрировать руководителям и старшим коллегам свою оперативность, а потому должны постоянно следить за электронной почтой, мессенджерами и вообще быть начеку. Такой руководитель осознает, что введение новых корпоративных норм в первую очередь зависит от его собственного поведения.

Защитные реакции блокируют творческую энергию

Одна из проблем заключается в том, что наше сознание постоянно ищет угрозы, от которых необходимо защищаться, и выгоды, которые стоит преследовать. Когда мы больше думаем об угрозах, чем о выгодах, сознание включает защитный режим и направляет на это часть дефицитной психической энергии. Такая инстинктивная реакция, которую биологи называют «бей, беги или замри», снижает активность в префронтальной коре. Часть нашей мыслительной системы, отвечающая за сложные эмоции, попросту отключается. Для того, чтобы ввести сознание человека в защитный режим, нужно совсем немного — ущемить чувство собственного достоинства или просто проявить пренебрежение. На работе это часто порождает замкнутый круг: человек с самого начала чувствует себя растерянно, и это запускает инстинктивную защитную реакцию, которая мешает решать текущие проблемы.

Но есть еще и режим открытия, когда сознание сосредоточивается на потенциальных выгодах, связанных с ситуацией, таких как чувство сопричастности, уважение коллег или радость познания нового. Если руководителю удастся даже в самой сложной ситуации поддержать комфортную психологическую атмосферу, можно подавить изначальное ощущение угрозы, вывести психику сотрудников из защитного режима и помочь им вновь обрести форму. Именно этот вывод руководитель должен поставить во главу угла. При обсуждении сложных вопросов он, прежде всего, должен стремиться настроить подчиненных на позитивную волну.

Привлекая внимание в первую очередь к позитивным аспектам прежде, руководитель помогает сотрудникам оставаться в режиме продуктивных открытий. Для этого нужно не так уж много.

Кроме того, руководитель стремится укрепить в подчиненных чувство независимости и чувство компетентности — два ощущения, которые обычно приносят человеку очень большое эмоциональное

удовлетворение. Как правило, когда у сотрудника возникает проблема, руководитель помогает ему советом или указанием. Но такой подход может возыметь обратный эффект.

Если же вы помогаете человеку понять, что он способен сам решить тот или иной вопрос, это «один из лучших подарков», который очень укрепляет психологическую устойчивость и уверенность людей в себе.

Признание сотрудника в коллективе дает чувство защищенности в условиях фундаментальных перемен

Для нашего сознания характерна сильная социальная направленность. Социальное отторжение – одна из самых страшных угроз, от которых сознание старается защитить человека. Возможно, это помогало нам в те времена, когда само выживание человека зависело от принадлежности к племени. И это означает, что руководители — если они действительно заботятся о своих подчиненных — должны обеспечивать удовлетворение трех их глубинных социальных потребностей.

- **Вовлеченность:** «Принадлежу ли я к этой группе?» «Старые» сотрудники могли забеспокоиться, что их не допустят к интересной новой работе, а новички – что не смогут вписаться в коллектив.

- **Уважение:** «Признают ли окружающие значимость моих усилий?» Каждый член коллектива хочет чувствовать, что его работа приносит пользу и оценивается по достоинству.

- **Справедливость:** «Относятся ли ко мне так же, как ко всем остальным? Понятно ли мне, почему все идет так, как идет?»

Если ответ хотя бы на один из этих вопросов оказывается отрицательным, сознание быстро включает режим защиты. И действительно, по словам руководителя, «люди явно были обеспокоены и нервничали».

Наконец, руководитель никогда не скрывает причин, побудивших его принять то или иное решение. Как он поясняет, «впоследствии это помогает свести к минимуму подозрительность и оборонительные реакции». При этом он старается уделять время как творческим работникам, так и техническим специалистам, и если кому-то приходится передавать часть своих обязанностей новичку, то, как он говорит, «я обязательно объясняю, почему это произошло, и акцентирую внимание на том, что у человека возникает возможность попробовать себя в новых областях. Зачастую это области, где он сможет проявить себя лучше и которые будут нравиться ему больше».

Выводы ясны. Сотрудники смогут чаще проявлять себя с лучшей стороны, если руководители примут самые элементарные меры, чтобы исключить интеллектуальные перегрузки, подтолкнуть людей думать о выгодах, а не об угрозах, и удовлетворять основные социальные потребности сотрудников. Опираясь на ключевые принципы организационного поведения, психологии и нейронауки, руководители могут значительно повысить производительность труда и при этом сделать так, чтобы сотрудники почувствовали себя счастливее.

Список литературы:

1. Максим Звягинцев. «Эмоциональное состояние команды». Статья была опубликована в специальном журнале “Insight”, «Шаг №2: Командообразование как оно есть».
2. Кэролайн Уэбб. «Законы мозга: как стиль руководства влияет на работу команды» Номер 33 (2016). Статья была опубликована в McKinsey Quarterly, февраль 2016 г.
3. Caroline Webb. “How to Have a Good Day: Harness the Power of Behavioral Science to Transform Your Working Life” («Чтобы день стал добрым: как бихевиористика преобразует трудовые будни»). Книга опубликована издательством Crown Business, февраль 2016 г.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЕЛ БРЕНДІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДА БІРІККЕН МАРКЕТИНГТІК КОММУНИКАЦИЯЛАРДЫҢ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ

Рысбаева Б.Б. – оқытушы

Әл – Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті

Жаңа заман талабына сәйкес қазіргі таңда кез-келген мемлекет, қалалар өз брендін құруға ұмтылады. Себебі, айрықша «бренд» болып табылатын мемлекет барлық кедергіге төтеп бере алады және елдің бәсекеге қабілеттілігін арттырады. Кез-келген адамның белгілі бір мемлекет туралы оң көзқарасы сол елдің халықаралық аренадағы орны, мемлекеттік құрылымы, беделді адамдардың ел туралы пікірі, елдің саяси және қоғамдық көшбасшылары негізінде құрылады. Және де шетел азаматтары үшін жағымды имидж қалыптастыра алған мемлекет кез-келген турист немесе инвестор үшін тартымды болып табылады, сол себепті олар елдің экономикасына сенімді түрде қолда бар қаражатты салуға ұмтылады.

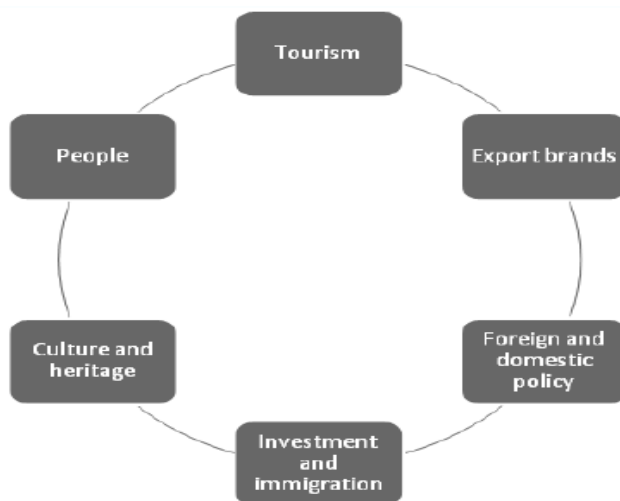
Әрбір мемлекет өзіне тән бірегейлігімен ерекшеленеді, бұл тұрғыда елдің орналасқан географиялық аймағы, мемлекеттің экономикалық жүйесінің құрылымы, саяси және әлеуметтік процесстері, мәдениеті, діни көзқарасы мен салт-дәстүрі негіз болады және ел брендинің құруға жан-жақты ықпал етеді. Ел брендинің қалыптастыру әрбір мемлекет үшін өзекті мәселе. Мемлекет те компания сияқты шетел азаматтарына және шетел компанияларына бір тұтас тауар, яғни туризм орталығы, бизнес басқару немесе инвестиция салу орны ретінде ұсынылады. Шетелден қаржы тарту үшін елдің өзіндік қайталанбас, танымал және ең бастысы жағымды бейнесі болуы керек. Дүниежүзінде 140-тан астам ел өзінің мемлекеттік брендинің жариялаған, мұндай елдердің қатарында Аргентина, Германия, Австралия, Кипр, Мексика, Испания, Хорватия, Эстония, Словения, Египет, Чехия, Тайланд және тағы басқа елдер бар. Бұл елдер өз мемлекеттік шекарасының ішінде де, шекара сыртында да барлық ережеге сай ел брендинің жылжытуда.

Ел брендинің тауар бренді немесе тұлға брендинен айырмашылығы – ел көлемінде пайда болған кез келген бренд оның атрибуттары бола алады. Бүкіл әлемге әсер ете отырып ел бейнесін басқалардың көзіне анағұрлым жақсы етіп көрсету үшін елдің брендинің көрсететін барлық атрибуттарды пайдалану және дамыту керек. Мәселен, мәдениетімізден бөлек, тауар арқылы, жалпы елімізде сапалы, әлемдік бәсекеге төтеп бере алатын өнімдер шығару арқылы да ел брендинің танымал етуге болады. Мәселен, осыдан елу-алпыс жыл бұрын Жапонияның тауарлары мүлде сұранысқа ие болған жоқ. Тіпті, әлем олардың өнімдерін қазіргі қытай тауарларындай сапасыз деп ұқты. Бұл жағдай 1980 жылдары өзгеріп, жапон тауарларын сапаның белгісі, жаңашыл тауарлар деп қабылдана бастады. «Made in Japan» деген сөздің өзі әлем жұртшылығының санасына ерекше әсер етіп, соңы Жапониядан шыққан кез келген өнім сапалы болып көрінді. Елдің өнімін тұтыну біреулер үшін мәртебеге айналды. Ал, бұл Жапония брендинің қалыптасқанын, тіпті жоғарғы деңгейге жеткізгенін білдіреді.

Жалпы, шетелдік ел брендинің құру тәжірибесін талдай отырып, ел брендинің қалыптастырудың маңызын келесідей көрсетуге болады:

- әлеуметтік, саясаттық өмірдің барлық саласындағы тұрақтылық;
- ішкі мемлекеттік жүйенің және басқарудың нығаюы;
- сыртқы инвесторлардың қызығушылығы, оларды ел экономикасын дамытуға тарту және ақпараттық жүйені кеңейтіп, потенциалды инвесторлардың назарын елде объективті жұмыс атқаруы;
- қоғамдық көзқарастың жақсы жаққа өзгеруі, елдің тыныштығы мен қауіпсіздігіне деген сенім және ұлттық құндылықтарға деген қызығушылықтардың артуы;
- ел туризмінің дамуы және елге шетелдерден туристердің келуінің өсуі және тағы басқа.

Ең алғаш брендингті ел имиджін құрумен байланыстырған британдық Саймон Анхельт. Ол XX ғасырдың 90-шы жылдарында ағылшындық «Брендті басқару» атты журнал беттерінде «ел брендингті» түсінігін ең алғаш болып қолданды. 1998 жылы С.Анхельт елдер мен ұлттарды тауар таңбалары мен брендтерге тең бола алатынын жазды. 2002 жылы брендинг төңірегінде өз пікірлерін жалғастырып, заманауи ел брендинің алты элементтен тұратын ұлттық брендті құру жүйесі келесі факторлардан тұратынын көрсетті: туризм, экспорт, саясат, инвестиция, мәдениет және адам капиталы [1]. Анхельт сызбасының түпнұсқасы төмендегі суретте көрсетілген (1 сурет):



Сурет 1 - Саймон Анхельт ұсынған ұлттық брендтің факторлары

Анхольт өз еңбектерінде кез-келген материалдық немесе материалдық емес тауарды сатуда маңызды фактор болып өндіруші ел саналатынын көрсетті [1]. Ел брендин қалыптастыру және оның жағымды имиджін құру – бұл отандық өндірушілер тауарына деген қызығушылықты арттырудың мықты құралы, инвестиция көзі болып табылады, себебі бренд көп пайда табудың бірегей жолы және елдің ұзақ жылдар дамуын қамтамасыз етеді. Сонымен қатар, брендтің ең ұтымды жері – ол көптеген лоялды тұтынушылар базасын құруға мүмкіндік береді. Сондықтан, ел брендин қалыптастыра отырып, тек қана туристерді тартып қана қоймай, оның ұлттық құндылықтары мен тауарларының әрі қарай дамуына қолдау болады.

Атрибуттардың өте көп болуы ел брендинің қалыптасуына үлкен басымдықтар береді: елдің танымалдығы мен беделінің артуы, инвесторлардың сенімі, халықаралық саяси ықпалы мен рейтингісінің артуы, тауар мен қызмет экспортының өсуі, сыртқы туризмнің дамуы т.б. Ел брендімен ассоциацияланатын әрбір атрибут ұлттық имиджді қалыптастыруға негіз бола алады. Соңғы жылдар ішінде Қазақстанның елордасы бірнеше рет барша әлемдік қоғамдастықтың басты назарында болды. Елордада Әлемдік және дәстүрлі діндер көшбасшыларының съездері, Астана экономикалық форумы және өзге де маңызды халықаралық оқиғалар тұрақты түрде өтіп келеді. 2010 жылы желтоқсанда Астанада ЕҚЫҰ-ның тарихи саммиті, ШЫҰ мен ИБҰ-ның мерейтойлық саммиттері болып өтті. 2011 жылдың басында республиканың елордасы VII Қысқы Азия ойындарының қатысушылары мен қонақтарын қабылдады. Қазіргі уақытта Астана «Ехро-2017» халықаралық көрмесін өткізуге арналған конкурсқа қатысуда және оны өткізуге басты үміткерлердің бірі [2]. Сонымен қатар, Алматы қаласы елдегі басты қаржы орталығы болып саналады. Елге салынатын инвестициялардың басым бөлігі осы қалаға бағытталған.

Бірақ, ел брендин құру өте күрделі процесс және жан-жақты ізденуді талап етеді. Ал, қазіргі кезде адамдардың дәстүрлі коммуникация құралдарын қабылдамауын ескере отырып, біріккен маркетингтік коммуникацияларын қолдану керек деп есептейміз. Себебі, бүгінгі күнгі дәстүрлі әдістер болашақ үшін тиімсіз болып отыр. Тек біріккен маркетингтік коммуникация ғана ақпараттандыру тиімділігін терең мағынада жеткізе алады.

Біріккен маркетингтік коммуникациялар – бұл маркетингтік жылжыту құралдарын біртұтас біріктірген, мақсатты аудиторияға екіжақты әрекет етуге және оларға жоспарлы коммуникативтік әсер етуге бағытталған біртұтас көпарналы коммуникация [3].

Біріккен маркетингтік коммуникациялар келесідей функцияларды қарастырады:

- Стратегиялық функция – барлық коммуникативтік әрекеттерді басқару көмегімен, ұйымның беделін құру және оны сақтауға бағытталады;
- Имидждік функция – коммуникацияның барлық құралдарын ұйымның бірегей бейнесін құруға бағыттау;
- Беделдік функция – ұйымның материалдық емес активтерінің коммуникациялық қуатын қамтамасыз етеді;
- Маркетингтік функция – ұйымның нарыққа бейімделуін және өнімді өткізу, жаңа нарықтық сегменттерді жаулап алу және ағымдағы жағдайды сақтап қалуға бағытталған жоспарларды құру және дұрыс шешім қабылдауды қамтамасыз ету;
- Басқару функциясы – ұйымның сыртқы ортамен жағымды қарым-қатынасын құра отырып, сыртқы және ішкі коммуникациялар үйлесімін қамтамасыз ету;
- Маркетингтік коммуникацияның элементтері тиімді және үнемді әсер етеді.
- Маркетингтік коммуникацияның барлық элементтерін басқару және бақылау;
- Біріккен маркетингтік коммуникациялар функциясын кешенді іске асыру сәйкесінше мақсатты нәтиже алуды қамтамасыз етеді. Біріккен маркетингтік коммуникациялар тиімділік шарттары келесідей:
- Коммуникацияның түсінікті болуы және симметриялылығы;
- Коммуникация модельдерінің максималды түрде мінсіз сәйкес келуі;
- Мақсатты аудиторияның талаптары мен мәдениетіне коммуникацияның сәйкестігі [4];

Брендті жайғастыру адамдардың көзқарастарын және коммуникациялық бағыттың тұрақтылығы жалпыға ортақ келісілген стратегияға сәйкес жасалады. Яғни, коммуникацияның барлық құралдарын біріктіре отырып, ел брендин құрудың тиімді бағдарламасын жасауға мүмкіндік аламыз.

Қазақстан Республикасында ел брендин қалыптастыру үшін біріккен маркетингтік коммуникацияларын, яғни жарнама, қоғаммен байланыс, көрмелер мен жәрмеңкелер және интернет ресурстарын пайдалану ең ұтымды нұсқа болып табылады. Жарнаманы қолдана отырып, Қазақстан Республикасының ағымдағы жағдайы жоғары дамыған тәуелсіз ел және туризм саласының бірегей табиғатымен ерекшеленетінін дүниежүзі елдеріне таныстыруға мүмкіндік бар. Сонымен қатар, еліміз халықаралық деңгейде ұйымдастырылатын шараларға демеушілік ете отырып, елеміздің

экономикасының біршама алда екендігін көрсете алады. Ал, елдің жағымды имиджін құру барысында, халықаралық деңгейдегі бұқаралық ақпарат құралдарын пайдалану мемлекетімізді ғаламшар тұрғындарына таныстыру мүмкіндігін ұлғайтады. Сондай-ақ әлемнің түрлі мемлекеттерінде ұйымдастырылып жатқан көрмелер мен жәрмеңкелерге қатыса отырып, еліміздің тарихы мен ұлттық құндылықтарын көрсете аламыз. Бүгінде хабар таратудың ең ұтымды құралы болып саналатын интернет ресурстарын қолдана отырып, еліміз туралы жағымды пікірлердің қалыптасуын қамтамасыз ете аламыз.

Қорытындылай келе, Қазақстан Республикасы болашаққа сеніммен қарқынды дамып келе жатқан мемлекет. Бүгінде әлемнің алпауыт елдерімен бәсекелестікке түсуге ұмтылу еліміздің оң позиция ұстанғанының дәлелі. Дегенмен, ел брендин қалыптастырудың қажеттілігі басым. Себебі, кез-келген адамның мемлекетке деген көзқарасы, сол ел туралы жеткізілген ақпараттары мен бірегей ерекшеліктері арқылы қалыптасады. Бұл тұрғыда біріккен маркетингтік коммуникацияларды қолданудың маңыздылығы – коммуникацияның барлық арналарын біріктіріп, бір ғана мақсатқа бағытталады. Ел брендин құруда мемлекет атауымен ассоциацияланушы әрбір атрибут қолданылады. Бұл тұрғыда ел брендин қалыптастыруда коммуникация құралдырының ұтымды түрлері: жарнама, қоғаммен байланыс, көрмелер мен жәрмеңкелер және интернетті пайдалану Қазақстан Республикасының басты ерекшелігін айқын ашуға мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі:

1. Каленова С.А. История зарождения странового бренда // Журнал «КазЭУ Хабаршысы». – 2012. – № 6
2. <http://www.akorda.kz> официальный сайт Президента Республики Казахстан .
3. Алмакучуков К. М. Платформы коммуникационной интеграции в туризме // Маркетинг в России и за рубежом. № 6. 2004.
4. Бареев К.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации: сущность, функции, компоненты // Социология и право - 2011. - № 4 (10). - С. 23-29.

РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА КАК УСЛОВИЕ РЕШЕНИЯ КРИЗИСНЫХ ПРОБЛЕМ

Сансызбаева Г.Н. – д.э.н., профессор

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Сансызбаев С.Н. – д.э.н., профессор

Университет «Туран»

Главной целью развития государственно-частного партнерства (ГЧП), по определению, даваемому Организацией объединенных наций, является обеспечение финансирования, планирования, исполнения и эксплуатации объектов, производств и предоставления услуг государственного сектора. По определению Европейского Союза ГЧП – это форма сотрудничества между государственными органами и бизнесом, которая призвана обеспечивать финансирование, строительство, реабилитацию, управление или содержание инфраструктуры, а также предоставление услуг. К особенностям ГЧП можно отнести:

- долгосрочность обеспечения и предоставления услуг (иногда сроком до 30 лет);
- разделение рисков с частным бизнесом;
- многообразие форм долгосрочных контрактов, заключаемых юридическими лицами с государственными и местными органами власти.

В «Стратегии «Казахстан - 2050» было подчеркнуто, что суть экономической политики нового курса - всеобъемлющий экономический прагматизм. Фактически, это кардинальная ломка сегодняшних взглядов и подходов, используемых в управлении, которая означает:

- принятие всех без исключения экономических и управленческих решений с точки зрения экономической целесообразности и долгосрочных интересов;
- определение новых рыночных ниш, где Казахстан может участвовать как равноправный бизнес-партнер. Создание новых точек экономического роста;
- создание благоприятного инвестиционного климата с целью наращивания экономического потенциала, прибыльность и возврат от инвестиций;
- создание эффективного частного сектора экономики и развитие государственно-частного партнерства. Государственное стимулирование экспорта [1].

В теории выделяют следующие формы ГЧП:

- контрактная форма;
- аренда и лизинг;

- концессия;
- соглашения о разделе продукции;
- совместные государственно-частные предприятия;
- совместная реализация инвестиционных проектов [2, 3, 4].

ГЧП возникло как важнейший инструмент для преодоления «дефицита инфраструктуры» [5]. В мире многие граждане сталкиваются с проблемой в развитии инфраструктуры в виде перегруженных дорог, плохо обслуживаемых трасс, ухудшения состояния школ, больниц, водопровода и систем очистки воды и других объектов инфраструктуры, которые изношены и требуют срочного ремонта. Такие проблемы оборачиваются значительной потерей для общества, начиная от сокращения рождаемости и снижения конкурентоспособности до увеличения несчастных случаев, проблем со здоровьем населения, случаев суицида и т.п.

Правительства многих государств пришли к заключению, что одних налоговых поступлений для решения инфраструктурных проблем недостаточно. Инфраструктура включает автодороги, железные дороги, больницы, школы и многое другое, что оказывает прямое воздействие на жизнь граждан. С целью ее развития возникает задача поиска финансирования новых проектов, направленных на развития экономики и социальной сферы государства. Одним из способов решения этих задач является ГЧП, который может принести особые выгоды для общества.

Решение правительства о налаживании ГЧП основывается на анализе, помогающем понять, что подход, строящийся на ГЧП, дает большую отдачу для общества, благодаря:

- снижению расходов;
- повышению уровня обслуживания;
- снижению рисков.

Развитие ГЧП в Казахстане прошло следующие этапы:

- 1991-1993 годы – принят закон Республики Казахстан «О концессиях». Закон регулировал организационные, экономические и правовые условия предоставления концессий в виде имущества, земли и природных ресурсов, только иностранным инвесторам на территории Республики Казахстан;

- 2005 год – начало реализации пилотных концессионных проектов (ж/д Шар-Усть-Каменогорск, ЛЭП Северный Казахстан - Актюбинская область);

- 2006 год – дополнения к закону Республики Казахстан «О концессиях» - создана необходимая законодательная база в области концессии;

- 2008, 2010 годы – внесены поправки в концессионное законодательство, касающиеся процедур передачи объектов в концессию, расширения мер государственной поддержки, повышения привлекательности концессионных проектов и др.;

- 2008 год – постановление Правительства Республики Казахстан «О создании специализированной организации по вопросам концессии» - создана необходимая институциональная база в области концессии;

- 2011 год – утверждено постановление Правительства Республики Казахстан «Об утверждении Программы по развитию ГЧП в РК на 2011-2015 годы»;

- 2013 год – 4 июля 2013 года принят закон о внесении изменений и дополнений в законодательство по вопросам ГЧП. Реализуется 6 концессионных проектов;

- 2014 год – 1 января 2014 года приняты поправки в законодательство о концессиях. Реализуется 6 концессионных проектов;

- 2015 год – 31 октября 2015 года утвержден закон Республики Казахстан «О государственно-частном партнерстве».

Законодательство Республики Казахстан выделяет 4 принципа ГЧП:

а) принцип последовательности – построение среднесрочных или долгосрочных взаимоотношений между участниками государственно-частного партнерства на договорной основе;

б) принцип конкурентности – определение частного партнера на конкурсной основе;

в) принцип сбалансированности – взаимовыгодное распределение рисков, выгод, гарантий и обязанностей между участниками государственно-частного партнерства;

г) принцип результативности – установление критериев и показателей, позволяющих оценить достижение результатов государственно-частного партнерства [6].

К законодательной базе, регулирующей ГЧП в Республике Казахстан относятся:

1) закон Республики Казахстан от 7 июля 2006 года «О концессиях»;

2) закон Республики Казахстан от 8 января 2003 года «Об инвестициях»;

3) закон Республики Казахстан от 1 марта 2011 года «О государственном имуществе»;

4) закон Республики Казахстан от 20 февраля 2006 года «О проектном финансировании и секьюритизации»;

5) постановление Правительства Республики Казахстан от 10 декабря 2010 года № 1343 "Об утверждении Правил представления, рассмотрения и отбора концессионных проектов, проведения конкурса по выбору концессионера, проведения мониторинга договоров концессии, мониторинга и оценки реализации концессионных проектов на условии софинансирования из бюджета, отбора концессионных проектов для предоставления или увеличения объемов лимита поручительств государства";

6) постановление Правительства Республики Казахстан от 13 апреля 2012 года № 457 "Об утверждении критериев отнесения концессионных проектов к категории социально значимых" (с изменениями от 04.12.2013 г.);

7) постановление Правительства Республики Казахстан от 17 июля 2008 года № 693 "О создании специализированной организации по вопросам концессии";

8) постановление Правительства Республики Казахстан от 29 июня 2011 года № 731 "Об утверждении Программы по развитию государственно-частного партнерства в Республике Казахстан на 2011-2015 годы и внесении дополнения в постановление Правительства Республики Казахстан от 14 апреля 2010 года № 302".

9) Закон Республики Казахстан «О государственно-частном партнерстве» от 31 октября 2015 года.

Уже многие проекты с использованием механизма ГЧП были реализованы в Казахстане и показали свою состоятельность. Это строительство развязок в городе Алматы, концессионные проекты в области развития городской инфраструктуры г.Астаны, в области образования, энергетики, транспорта, аэропортов во многих областях Казахстана.

ГЧП в Республике Казахстан делится на два вида: институциональное и контрактное.

Институциональное государственно-частное партнерство реализуется в рамках деятельности юридических лиц с участием государства и субъектов частного предпринимательства в порядке, установленном законами Республики Казахстан.

Контрактное государственно-частное партнерство реализуется в рамках договоров концессии, имущественного найма и доверительного управления государственным имуществом в порядке, установленном Законом «О концессиях» или иными законами Республики Казахстан.

Концессия - передача по договору концессии объектов государственной собственности во временное владение и пользование в целях улучшения и эффективной эксплуатации, а также прав на создание (строительство) новых объектов за счет средств концессионера или на условиях софинансирования концедентом с последующей передачей таких объектов государству с предоставлением концессионеру прав владения, пользования для последующей эксплуатации, а также с предоставлением государственной поддержки либо без таковой. Основной целью концессионных контрактов является улучшение качества услуг, сокращение издержек и рисков государственного сектора, расширение возможностей по развитию инфраструктуры.

Договор концессии заключается в следующих видах:

1) договор концессии, предусматривающий создание концессионером объекта концессии с последующей передачей объекта концессии в собственность государства;

2) договор концессии, предусматривающий совместную деятельность концессионера и концедента по созданию (реконструкции) и эксплуатации объекта концессии;

3) договор концессии, предусматривающий передачу объекта концессии, находящегося в государственной собственности, в доверительное управление либо в имущественный наем (аренду) концессионеру в целях реконструкции и эксплуатации;

4) договор концессии, предусматривающий передачу объекта концессии, находящегося в собственности концессионера, в имущественный наем (аренду) концеденту либо уполномоченному им лицу, в том числе с правом выкупа объекта концессии концедентом [6].

В рамках поправок в законодательство о концессиях и бюджетное законодательство РК решены следующие вопросы:

а) *Повышение привлекательности проектов ГЧП:*

1) путем введения так называемой «платы за доступность объекта концессии», которая включает в себя компенсацию инвестиционных затрат, компенсацию эксплуатационных затрат концессионера и вознаграждение за управление объектом концессии, находящимся в государственной собственности;

2) стабильность тарифного регулирования;

3) в целях повышения привлекательности концессионных проектов в сфере естественных монополий законодателем были проработаны вопросы совершенствования тарифной политики, основанной на применении долгосрочных тарифов в рамках договорных отношений с концессионером;

4) уровень собственного капитала. Снижен объем собственных средств (с 20% до 10% от стоимости строительства/реконструкции объекта), которые концессионер непосредственно должен вовлекать в реализацию проекта;

5) защита от секвестра. В рамках указанных поправок было отменено секвестирование бюджетных программ концессионных проектов.

Секвестр представляет собой специальный механизм, предусматривающий сокращение расходов бюджетных средств в определенных пределах, который вводится в случаях, когда при исполнении республиканского и местных бюджетов утвержденные поступления недопоступают в республиканский и местные бюджеты, в результате чего становится невозможным финансирование в полном объеме утвержденных бюджетных программ.

Расходы бюджетных средств, направленные на выполнение государственных концессионных обязательств, не подлежат секвестру в процессе исполнения бюджета.

б) *Внедрение новых видов контрактов:*

- 1) контракты на частной форме собственности;
- 2) вид контракта, согласно которому объект концессии может принадлежать концессионеру;
- 3) контракты на государственной форме собственности;
- 4) вид контракта, где объект концессии принадлежит государству;
- 5) контракты на управление;
- 6) передача существующего объекта государственной собственности;
- 7) смешанные контракты. Комбинация вышеизложенных контрактов.

в) *Совершенствование процедур подготовки ГЧП проектов.*

Как отмечает заместитель Председателя правления АО «Казахстанский центр ГЧП Министерства национальной экономики РК Шолпан Сапаргали в нашей стране растет интерес к механизму ГЧП. Так, в феврале текущего года на различных стадиях готовности было предложено 102 проекта в рамках ГЧП: на республиканском – 8, на местном – 94 проекта. По состоянию на середину октября этого года на различных стадиях готовности находятся 274 проекта на сумму порядка 1,1 трлн. тенге, из которых 253 проекта разрабатываются на региональном уровне и 21 проект – на республиканском. Кроме того, в сентябре 2016 года заключены договоры по трем проектам ГЧП: по строительству и эксплуатации ледового дворца, а также аренде спортивных помещений в Актюбинской области и одному детскому саду в Северо-Казахстанской области [7].

В октябре текущего года был объявлен конкурс акиматом столицы по выбору частных партнеров по двум проектам государственно-частного партнерства, включающим 10 детских садов.

В целях упрощения процедур и сокращения сроков подготовки проектов ГЧП внедрены одноэтапные и двухэтапные конкурсы, в зависимости от сложности проектов. Одноэтапный конкурс применяется для строительства типовых объектов, таких как детские сады, поликлиники. Двухэтапный конкурс проводится при реализации более сложных уникальных и капиталоемких проектов. Усовершенствование конкурсных процедур, внедрение одноэтапного и двухэтапного конкурсов позволит сократить сроки подготовки проекта с существующих 2-3 лет до 6-9 месяцев (за исключением уникальных проектов).

При успешной реализации ГЧП проектов существуют следующие выгоды:

для государства:

- экономия бюджетных средств;
- обеспечение развития инфраструктуры более ускоренными темпами и возможность предоставления более качественных услуг;
- привлечение не только средств, но и опыта частного сектора в области инвестиционного менеджмента;
- передача части рисков частному сектору.

для населения (бенефициаров услуг):

- обеспечение оптимального соотношения «цена – качество»;
- развитие инфраструктуры и более высокое качество услуг;
- положительный мультипликативный эффект.

для инвесторов:

- долгосрочный, стабильный и рентабельный бизнес;
- долгосрочное управление и предоставление сервисных услуг по реализованным проектам;
- новые инвестиционные возможности и новые источники дохода (плата потребителей за услуги концессионеров, средства государственного бюджета);
- привлечение долгового финансирования под будущие доходы;
- законодательная защита интересов инвесторов, в том числе от одностороннего прекращения концессионного договора по инициативе государства и в случаях изменения законодательства;

- возможность участия в проектах без разработки предпроектной документации (ТЭО и т.п.).

Как уже отмечалось, проекты ГЧП в основном направлены на решение проблем инфраструктуры, в основном они разрабатываются в социально важных сферах деятельности: строительство дошкольных учреждений, поликлиник и врачебных амбулаторий, объекты культуры и спорта. С использованием механизма ГЧП реализовывалась программа «100 больниц, 100 школ».

Успешная реализация проектов ГЧП связана с постоянным совершенствованием самого механизма ГЧП в РК за счет:

- предоставления полной самостоятельности акиматам по планированию, разработке, экспертизе и проведению конкурсов по местным концессионным проектам;
- упрощения и сокращения процедуры проведения конкурса и заключения контракта для малых форм ГЧП (детские сады, поликлиники, физкультурно-оздоровительные комплексы и т.п.);
- появления новых видов контрактов, предусматривающих переход от модели оплаты капитальных затрат к модели оплаты за услуги.

За год с момента принятия в Казахстане закона «О государственно-частном партнерстве (31 октября 2015 года), механизм ГЧП зарекомендовал себя как эффективный инструмент для развития инфраструктуры страны и привлечения частных инвестиций. Закон о ГЧП снимает ограничения по сферам применения ГЧП и распространяется на все отрасли экономики, расширяет виды контрактов (сервисные контракты, контракты жизненного цикла, контракты на внедрение инноваций), увеличивает круг участников ГЧП (национальные компании, холдинги, государственные предприятия и частные финансовые организации) [7].

Таким образом, государственно-частное партнерство – форма сотрудничества между государством и субъектами частного предпринимательства, направленная на финансирование, создание, реконструкцию и эксплуатацию объектов социальной инфраструктуры и жизнеобеспечения, которая успешно развивается на основе существующих нормативно-правовых документов, и способствует решению социальных проблем в Республике Казахстан.

Список литературы:

1. Послание Президента Республики Казахстан – Лидера Нации Н.А. Назарбаева Народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050» 14 декабря 2012 г.
2. Бадалов А.Л. Государственно-частное партнерство в реализации инвестиционных проектов//ЭКО. – 2008. - №6. - С. 129 - 141.
3. Родин С.А. Процесс управления государственными инвестициями в инновационной сфере экономики с использованием концепции государственно частного партнерства// Современные аспекты экономики. – 2005. - №10. - С. 30 - 35.
4. Варнавский В. Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. - М.: Наука, 2005. - 315 с.
5. Практическое руководство по вопросам эффективного управления в сфере государственно-частного партнерства. – Нью-Йорк, Женева: Европейская экономическая комиссия, Организация объединенных наций, 2008. – 114 с.
6. Закон Республики Казахстан от 7 июля 2006 года №167-III «О концессиях».
7. Служба центральных коммуникаций /search?fm=1&gp=900005&tf=1514499&q=государственно-частное+партнерство.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ КӨТЕРМЕ САУДАДАҒЫ ӨТКІЗУ ҚЫЗМЕТІНІҢ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ ЖӘНЕ БАҒЫТТАРЫ

Сақыбай Ж.А. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Елімізде сауда нарығы тәуелсіздік алғаннан соң, нарықтық қатынастардың дамуымен бірге қалыптасты. Қазіргі кездегі еліміздің көтерме сауда нарығына тән сипаттамаларға отандық өндірушілердің дистрибьюторлар көмегімен аймақтық нарыққа шығуы, дистрибьюторлар санының қысқаруы, өндірушілердің өзіндік тәуелсіз өткізу жүйесін қалыптастыруы және заманауи сауда форматтарының дамуы жатады.

Кесте 1 – Қазақстан Республикасының көтерме сауда нарығындағы негізгі өзгерістер (2011-2015 жж.)

Нарықтағы өзгерістер	Өндірушілерге әсері	Көтерме сауда кәсіпорындарына әсері
Түпкі тұтынушының мінез-құлқының өзгеруі	тауар сапасын өзгерту; жаңа тарату арналарын қалыптастыру; ынталандырудың жаңа әдістерін қолдану;	жаңа бизнес саласын игеру; жаңа қызметтер кешенін құру; жаңа тарату арналарын іздеу;
Сала өсімінің баяулауы	өткізу стратегиясы есебінен көшбасшы болу;	сандық емес, сапалық өсімге қол жеткізу;
Бәсекелестіктің күшеюі	жаңа стратегиялық шешімдер;	

	жаңа маркетингтік шешімдер; жаңа өткізу шешімдері; тәуелсіздікті жоғалту қаупі;	
Желілік бөлшек сауданың жалпы саудадағы үлесінің артуы	желілік бөлшек сауданың тәуелділігіне түсу қаупі, жаңа географиялық қамту мүмкіндіктері,	логистикалық қызметтің дамуы, көтерме сауда тартымдылығының төмендеуі,

1-кестедегі негізгі өзгерістерді қарастыратын болсақ, соңғы бесжылдықта тұтынушылардың тауарға қоятын талаптарының өзгергендігін, яғни нарықта әртүрлі тауар өндірушілердің көбеюі тауарды таңдау критерийлерінің өзгеруіне әкелді. Қазіргі кезде тұтынушылар қолжетімді, сонымен қатар сапалы тауарларға басымдық береді.

Бұл көтерме саудадағы келесі өзгеріске – бәсекелестіктің күшеюіне алып келеді. Сонымен қатар, жалпы саладағы өсім баяулаған, көтерме сауда кемелдену кезеңіне өтуде. Бұл ретте өндірушілер мен көтерме сауда кәсіпорындары нарықтағы үлесінен айырылып қалмас үшін, өзара бірлестікте, стратегиялық шешім қабылдауда маркетингтік қағидаларды ұстана отырып қызмет етуі тиіс.

Көтерме сауда саласының өсімінің баяулағанына қарамастан, Қазақстанда сауда саласы соңғы жылдары белсенді даму көрсеткішіне қол жеткізді. 2011 жылдан 2015 жылға дейінгі аралықта сауда кәсіпорындарының (жеке кәсіпкерлікті есептегенде) қаржылық табысы 7 %-ға өскен, бұл экономика салалары ішінде құрылыс, коммуналдық шаруашылық және өңдеу өнеркәсібінен кейінгі көрсеткіш болып табылады.

Қазақстан Республикасындағы көтерме сауда нарығының жағдайы 2015 жылдың қорытындысы бойынша келесідей негізгі сипаттамаға ие болды:

- 2015 жылы көтерме сауда саласының дамуына тартылған инвестиция көлемі 2014 жылмен салыстырғанда 39,1 %-ға кеміді;

- 2014 жылдың аяғына көтерме сауда кәсіпорындарында жинақталған шетелдік инвестиция көлемі 49,3 млрд теңгені құрап, алдыңғы жылдың сәйкес мерзімімен салыстырғанда 8,9 %-ға кеміді;

- көтерме сауда көлемінің тұрақты өсімі байқалды: 2015 жылы өсім 2014 жылмен салыстырғанда 6,2 %-ды құрады ;

- шағын кәсіпкерлік субъектісі болып табылмайтын сауда кәсіпорындарының қаржылық жағдайы өзгерді: мұндай кәсіпорындардың қаржылық табысы бір жыл ішінде 31,6 %-ға төмендеді [1].

Жоғарыдағы статистикалық мәліметтерге назар салсақ, 2015 жылғы көтерме сауда саласындағы тартылған инвестициялардың, ірі көтерме саудагерлердің табысының 30 %-дан аса құлдырағанын көреміз. Ал жалпы көтерме сауда айналымында өсім байқалған. Мұның негізгі себебі – көтерме сауданың әлі де болса шағын кәсіпорындар арқылы жүргізуінде болып отыр. Бұл салаға тартылған инвестициялардың азаюы ірі көтерме сауда кәсіпорындарын көптеп құруға кедергі болып отыр. 2015 жылы көтерме саудамен айналысатын кәсіпорындардың саны өткен жылмен салыстырғанда 9,7 %-ға кеміп, 108,1 мың субъектіні құрады. Мәліметтерге сәйкес, көтерме сауда кәсіпорындарының ішінде шағын кәсіпорындардың саны басымдылыққа ие. Олардың ішінде, тамақ өнімдерімен және азық-түлік емес тұтыну тауарларын сатумен айналысатын кәсіпорындардың үлесі жоғары. Шағын кәсіпорындардың үлесінің көп болу себебі – оларды құру мен іс жүргізу жеңілдігі. 2015 жылғы көтерме сауда нарығының құрылымында үш негізгі сала басымдылыққа ие: 20,0 %-ға жуық кәсіпорындар азық-түлік емес тұтыну тауарларын сатумен, 18 % - ауылшаруашылық өнімдерін сатумен және 15 % - азық-түлік тауарларын сатумен айналысады [1].

Көтерме сауда кәсіпорының негізгі шаруашылық көрсеткіші – көтерме сауда айналымы. Көтерме сауда айналымы тауарлардың өндірістен шығып, бөлшек саудаға жету жолындағы аралық сатушылардың сауда айналымын білдіреді.

Көтерме сауда айналымының негізгі құраушысы – оның ақшалай көрінісі болып табылады. Мәліметтерді талдай отырып, соңғы 5 жыл ішіндегі көтерме сауда көлемінің артуын байқауға болады, 2015 жылы көтерме сауда көлемі республика бойынша 16,209 млрд теңгені құрады, яғни ол 2011 жылмен салыстырғанда 2 есеге жуық артқан. 2014 жылға дейін бұл өсім 10 %-дан кем болмаған. 2015 жылғы қаржы нарығындағы тұрақсыздықтар салдарынан өсім көлемі 6,2 %-ға кеміді.

Өңірлер ішінде көтерме сауданың ауқымды көлемі Алматы қаласына тиесілі, мұнда республикадағы көтерме сауданың тең жартысына жуығы орындалады. Жалпы көтерме сауда көлемінің өңірлер бойынша таралуы әртүрлі болып келеді. Бұл экономиканың дамуы үшін жағымсыз үрдіс болып табылады. Мысалы, Алматы қаласында 8,035 млрд теңгеге сауда мәмілелері жасалса, Қызылорда облысында оны көлемі бар болғаны 137 161 млн теңгені құраған. Бұл өңірлер арасындағы тұтыну алшақтығына және көтерме сауданың болашақта дамуына кедергі келтіруі мүмкін. Ал екінші жағынан, бұл көрсеткіштер өңірлерде дамымай жатқан көтерме сауданың потенциалы өте жоғары екенін көрсетеді. Бәсекелестік күресте жаңа нарықтарды игеріп, аумақтық қамтуын ұлғайтқан кәсіпорындардың жеңіске жететінін ескерсек, бұл тұрғыда еліміздің өңірлерінің болашағы зор.

Қазақстан Республикасының көтерме сауда нарығының қазіргі кездегі жағдайын талдай отырып, инвестициялық тартымдылықты қалыптастырған жағдайда даму мүмкіндіктерін көруге болады. Бұл мүмкіндіктер, бірінші кезекте, сауда нүктелерін арттыру, сауданың заманауи форматтарын дамыту, саладағы әріптестікті дамыту, сауда кәсіпорындарының бәсекелестігін арттыру мүмкіндіктерінен көрінеді.

Бұл мүмкіндіктерді іске асыруға Қазақстанда көтерме сауда саласында қалыптасқан келесідей проблемалар кедергі келтіруі мүмкін:

- Қазақстан Республикасында көтерме сауданың өсімінің баяулауы. Егер республика бойынша 2011-2014 жылдары көтерме сауданың жылдық өсімі 11-12 %-ды құраған болса, 2015 жылы бұл көрсеткіш 6,2 %-ды ғана құраған. Бұл көтерме сауданың дамуына жағымсыз әсер ететін валюта нарығындағы және қаржы нарығындағы дағдарыстар мен тұрақсыздықтарға байланысты болып отыр.

- Инфрақұрылым мәселелері. Еліміздегі аса кең тараған мәселе – өңірлердегі сауданың дамуына кедергі келтіретін инфрақұрылымдардың дамымауы. Сауда саласында инфрақұрылымға жол, порт, қойма, сауда объектілері сияқты базалық инфрақұрылым ғана емес, сонымен қатар, өңірдегі дамыған логистикалық компаниялар, көтерме сатушылар, жарнама нарығында жұмыс істейтін кәсіпорындардың болуы да жатады. Қазіргі кезде көтерме сауда кәсіпорындарының 45 %-ы ғана қойма шаруашылығын дамытқан, қалғандары қойманы жалға алады, ол тауар құнының артуына әкеледі және көптеген қоймалар логистикалық операциялар жасауға мүлдем бейімделмеген.

- Қазақстан Республикасында тіркелген көтерме сауда кәсіпорындарының ішінде ірі және орта кәсіпорындардың аздығы. Республикада көтерме сауданың негізгі көлемі шағын кәсіпорындардың көмегімен жүзеге асады. Жалпы тіркелген кәсіпорындардың 75 %-ға жуығы шағын кәсіпкерлік субъектілері болып отыр. Бұл кәсіпорындардың көпшілігі тауардың аз көлемімен жұмыс жасайды және қызмет көрсету мен сервис деңгейі, инфрақұрылымды даму деңгейі төмен болады.

- Өңірлердегі көтерме сауда саласының даму кедергілеріне ірі көтерме желілердің болмауы жатады (ірі кәсіпорындар барлық көтерме саудагерлердің 8 %-ын ғана құрайды). Нәтижесінде, тауардың тұтынушыға жету жолында көтерме саудагерлердің көптеген буындары қалыптасқан, олар тауарды аз көлемде сатып алу-сатумен айналысады. Мұндай кәсіпорындар тауарды жеткізу тұрақтылығын, сапалылығын, қызметтің тиісті деңгейін қамтамасыз ете алмайды. Өкінішке орай, елімізде бөлшек саудаға тауарлардың 50 %-ы кәсіби емес көтерме саудагерлерден түседі.

Қазақстан Республикасындағы көтерме сауда кәсіпорындарындағы өткізу саясатын талдау арқылы бірқатар мәселелерді анықтаған соң, осы саланы жетілдіру бойынша ұсыныстарды қарастырып өткен жөн.

1) Қазақстан Республикасының көтерме сауда кәсіпорындарына SWOT-талдау негізінде көтерме сауда кәсіпорындарын жетілдіру бойынша ұсыныстар.

SWOT-талдау нәтижесінде жалпы көтерме сауда саласында жұмыс істейтін кәсіпорындардың күшті жақтары мен әлсіз тұстары, мүмкіндіктері мен қауіп-қатерлері анықталды. Сонымен қатар, SWOT-талдауда сыртқы орта мен ішкі факторлардың әсері қарастырылған. Осыған орай, көтерме сауда кәсіпорындарын жетілдіру бойынша келесідей ұсыныстар жасауға болады:

- Көтерме сауда кәсіпорындарының жалпы республика бойынша таралуын реттеу. Инфрақұрылымдық потенциалы жоғары өңірлерде көтерме сауда кәсіпорындары мен толық циклды қызмет көрсететін тарату орталықтарын ашу. Ол үшін өңірлерде өнімді үлкен партияда қабылдай алатын, заманауи қойма шаруашылығын дамытқан, көлік-логистикалық операцияларды жүзеге асыру мүмкіндігі бар кәсіпорындар ашу қажет. Бұл жобаны іске асыру үлкен қаржылық шығындарды талап етеді. Сол себепті, осы жобаға инвестиция тарту үшін мемлекет тарапынан кәсіпкерлік пен инвесторлардың мүддесін қорғайтын заңнамалық қолдау қажет. Бұл жұмыстар ұзақ мерзімді қамтитындықтан, алдымен, республиканы аймақтарға бөліп, соның ішінен бірнеше ірі қалаларды таңдап алуға болады. Мысалы, еліміздің батыс өңірлерінің көтерме сауда көлемін арттыру үшін Ақтөбе қаласын, оңтүстікте Шымкент, солтүстікте Астана, Қарағанды және шығыста Өскемен қалаларын таңдаған дұрыс. Егер осы қалаларда көтерме сауда кәсіпорындары тиімді қызмет ететін болса, республика көлемін толықтай қамту мүмкіндігі артады, көтерме сауданың бір орталыққа жинақталуы орын алмайды, өңірлердегі кәсіпкерлік дамып, тиісінше, өңірлер экономикасы көтеріледі және соңғы тұтынушыға жететін тауардың өзіндік құны төмендейді (Сурет 1).

Күшті жақтары:

- Көтерме сауда кәсіпорындарының өткізу арнасындағы орнының маңыздылығы;
- Қазақстан Республикасы экономикасында маңызды рөлдің болуы;
- Еңбек ресурстарымен жеткілікті деңгейде қамтамасыз етілуі;
- Көтерме сауда қызметін қолданатын бөлшек сауда орындарының көптігі;
- Көтерме сауда кәсіпорындарының қаржылық мүмкіндіктерінің жоғары болуы;

Әлсіз жақтары:

- Көптеген кәсіпорындардың рентабельділігінің төмен деңгейі;
- Көтерме сауда саласындағы бәсекелестік деңгейінің төмен болуы;
- Сауда-саттықты дәстүрлі әдістермен ұйымдастырудың басымдылығы;
- Көтерме сауда кәсіпорындарының өндірушілерге тәуелділігі;
- Көтерме сауда инфрақұрылымының төменгі даму деңгейі (қоймалардың талапқа сай келмеуі, көлік құралдарының жетіспеуі);

Мүмкіндіктері:

- Қазақстан аумағын географиялық қамту потенциалының жоғарылығы;
- Мемлекет тарапынан кәсіпкерлікке қолдаудың болуы;
- Шетел инвестициясын көптеп тарту мүмкіндігі ;
- Өткізу саясатын маркетингтік және логистикалық қағидаларға сай ұйымдастыру мүмкіндігі;
- Сауда жасауда заманауи технологияларды қолдану және оны автоматтандыру мүмкіндігі;

Қауіп-қатерлер:

- Шетелдік көтерме сауда кәсіпорындарының Қазақстан нарығына ену мүмкіндігі;
- Салынған инвестицияның қаржылық тәуекелінің жоғары деңгейі;
- Жалпы экономикадағы валюталық және инфляциялық тұрақсыздықтар;
- Өндіруші нарықтағы дағдарыстың көтерме сауда нарығына әсерінің күштілігі;

Сурет 1 – Қазақстан Республикасының көтерме сауда кәсіпорындарына SWOT-талдау

2) Қазақстан Республикасының көтерме сауда кәсіпорындарына трейд-маркетинг қағидаларын ұсыну. Көтерме сауда жалпы сауда саласының бір буыны бола отырып, оның қағидалары мен қызметтерін атқарады. Сондықтан да бұл салада қазіргі кезде танымалдылыққа ие болып келе жатқан трейд-маркетинг шараларын қолданған жөн.

Трейд-маркетинг деп тауарды өткізуші тізбекке бағытталған, тауарды жылжыту бойынша шаралар кешенін айтуға болады [7]. Тауарды жылжытудың негізгі сызбасы келесідей болады: өндіруші - көтерме сатушы - бөлшек сатушы – тұтынушы. Бұл кезеңдердің әрқайсысына біркелкі әсер ету өте маңызды.

Сауда маркетингінің құралдарын қарастырып көрейік:

- POS материалдар – сатып алушыны тауар жайлы ақпараттандырады және оның назарын аудару қызметін атқарады (сату орындарын безендіру, тауар логотиптері бар естелік заттар);

- Ынталандырушы акциялар - қызметкерлерді (көтерме каналдарда тауарды сатып алушыларды, өнімді сауда нүктелеріне тарататын сауда командаларын, өнім түпкі сатып алушыға жеткенше өтетін, өткізу тізбегіне енетін әртүрлі компаниялардың, сауда нүктелерінің сатушыларын және сатып алушыларын) сыйлықтармен немесе қаржылық сыйақымен ынталандыру;

- Сауда нүктесіндегі белгілі бір өндірушінің өнім тізімін кеңейтуге бағытталған акциялар (сауда нүктесі белгілі бір өндірушінің өнімдерінің қаншалықты кең сұрыптамасын ұсына алса, соншалықты өндіруші сауда нүктесі үшін жұмыс жағдайларын қамтамасыз етеді: жеңілдіктер, дебиторлық қарызды арттыру, тегін өнім және т.б.);

Сауда маркетингінің негізгі мақсаты - тауарды алға жылжыту және сатып алушылардың сенімін арттыру. Трейд-маркетинг технологиясын қолдану тауарды өткізу тізбегі бойынша тиімді жылжыту үшін өте маңызды. Жаңа делдалдар, дистрибьютор және басқаларды тарту барынша көп аймақты қамтуға мүмкіндік береді, сәйкесінше тұтынушылар саны мен тауардың танымалдығы артады. Сатып алушы-делдалдарға әсер ету түпкі сатып алушыларға әсер етуге қарағанда шығыны көп деп саналады. Алайда трейд-маркетинг нәтижелерін тапсырыстар санының өсуі, дистрибьюция деңгейіне қарай нақтырақ анықтауға болады.

3) Қазақстан Республикасындағы көтерме сауда кәсіпорындарының тұтынушылармен, әріптестерімен кері байланысты орнату мақсатында қарым-қатынас маркетингін қолдану мүмкіндіктері.

Қазіргі уақытта анықталған тенденциялар көптеген кәсіпорындардың жеткізушілердің аз санымен жұмыс істеуіне, бірақ олармен сенімді қатынас орнату, жеке байланыста жұмыс істеу және ұзақ мерзімді серіктес болуға ұмтылуын көрсетуде [3]. Қарым-қатынас маркетингінің мәні осыдан көрінеді. Қазақстан Республикасындағы көтерме сауда кәсіпорындары өз жұмысында әлемдік

тенденциялардың өзгерістері мен негізгі бағыттарын ескеріп отыруы қажет. Еліміздегі көтерме сауда негізінен шетелдік тауарларды сатумен айналысатындықтан, ғаламдық өзгерістер мен жаңа даму бағыттары отандық сауда нарығына да өз әсерін тигізеді. Осы орайда, көтерме сауда кәсіпорындары өткізу арнасының байланыстырушы элементі ретінде өзге арна қатысушыларымен сенімділік пен кәсібилікке бағытталған әріптестікке ұмтылады. Сондықтан да көтерме сауда кәсіпорындарында қарым- қатынас маркетингін дамыту кәсіпорынның өткізу қызметіне оң әсерін тигізеді. Қазіргі кездегі өзара қарым-қатынас маркетингінің даму тенденциялары 2-кестеде көрсетілген.

Кесте 2 – XXI ғасырда өткізу жүйесінде қарым-қатынас маркетингінің даму тенденциялары

Автор	Негізгі тенденциялар
П.Винкельманн [4]	Сауданың әлем масштабында ғана емес, сонымен қатар Еуропада, әсіресе Еуроодақ елдерінің шекарасының ашылуы есебімен ғаламдануы; Интернеттің сауда мәмілелері мен коммуникациядағы қуатты құрал ретінде дамуы; Өндірушілер мен әртүрлі делдалдардың кең ауқымды әріптестікке жетуі, өндірушілердің арасында, сондай- ақ тауар таратудың тік (вертикалды) тізбегінде альянстардың, бірлестіктердің және әрекеттестіктің басқа да формаларының құрылуы; Маркетингтің бизнесті жүргізу философиясы ретіндегі рөлінің артуы, ол өнімді іздеу мен таратуға бағытталған ғана емес, сонымен қатар серіктестерде сенімділік оятуға байланысты өткізу жүйесін құру;
Б.Розенблум [5]	Фирмалар маркетинг арнасының стратегиялық мазмұнына көп көңіл бөле бастады, серіктестік келісімдер көптеп жасала бастады және вертикалды нарықтық жүйелер үшін альянстар құрылууда.
Л.Штерн [6]	«Жасыл маркетингтің» маңызы күн санап артуда, сол себепті маркетинг каналының көптеген қатысушылары екінші ретті қайта өңдеуге бағытталған кері байланыс каналдарын құруға және оның қызмет етуін басқаруға мәжбүр; Ақпараттық технологиялардың, бірінші кезекте Интернетті кең пайдалану арқасында, тұтынушылардың мінез-құлықтарының өзгеруі; Еуропа елдерінің шекарасын ашып, бірігуі көптеген өндірушілер мен бөлшек саудагерлердің ішкі өткізу бөлімдерінен бас тартып, ол қызметті логистикалық компанияларға аутсорсингке беруіне алып келді.

2-кестедегі қарым-қатынас маркетингінің философиясын іске асыру мықты және белсенді компания дәстүрлі өткізу арнасын құрып қана қоймай, сондай- ақ ұзақ мерзімді байланысқа, тұтынушы үшін құндылық қалыптастыру бойынша біріккен жобаларды іске асыруға және ең маңыздысы, материалды емес сезілмейтін құрамдастарды (ашықтық, сенім, эмпатия және т.б.) дамытуға ұмтылуымен көрінеді.

Бұл мүмкіндіктерді іске асыру экономика мен халықтың әлеуметтік жағдайына оң әсерін тигізеді: сауда саласы мен жеткізушілерінің тиімділігі артады, тауарлардың өзіндік құны мен үстеме бағасы кемиді, сауда ассортименті пен сервис сапасы өседі, инвестициялар тартылады, салықтық түсімдер артады, тауарды сақтау, тасымалдау, сату үрдістерінің тиімділігі артады және т.б.

Қорытындылай келе, қазіргі кезде Қазақстан Республикасындағы көтерме сауда саласындағы өткізу қызметі дамудың жаңа сатысына шыққандығын атап өтуге болады. Кез келген саланың дамуы ұзақ уақытты қамтитын күрделі үрдіс болып табылады. Еліміздің нарықтық экономика қағидаларына көшкеніне айтарлықтай аз уақыт өткенін ескерсек, көтерме сауда саласында бірқатар қиындықтар мен проблемалардың болуы – заңдылық. Жоғарыда аталған негізгі мәселелерді шешу ұсыныстары ол проблемаларды маркетингтік тұрғыдан талдау арқылы алынған. Әрине, ол мәселелерді шешу аталған ұсыныстармен шектеліп қалмайды және мәселелерді экономиканың әртүрлі тұрғысынан қарастыруды қажет етеді. Сонда ғана синергиялық тиімділікке ұмтылып, көтерме сауда саласын дамыту арқылы экономикалық өсімге қол жеткізуге болады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстан Республикасының Статистика комитетінің ресми ақпараты [Электронды Ресурс] :<http://www.stat.gov.kz> – 2015. – 2 б.
2. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта. Оқулық. – СПб: Сократ, 2009. – 142 б.
3. Наумов В.Н. Управление взаимодействием в системе сбыта: теория, методология, стратегии. Оқу құралы. – СПб, 2015. – 245 б.
4. Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. Оқу құралы. – Гребенников, 2013. – 137 б.
5. Розенблум Б. Управление каналами распределения. СПб.: Питер, 2012. - 120 б.
6. Штерн Л. Маркетинговые каналы. М.: Вильямс, 2012. - 624 б.
7. Трейд-маркетинг [Электронды Ресурс] :<http://cabmarket.kz/> - 2014.- 1 б.

БАСҚАРУ ҚЫЗМЕТІНДЕГІ ЖОБАЛЫҚ МЕНЕДЖМЕНТТІҢ РӨЛІ

Сияз С. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазақстандағы жобалық менеджменттің қазіргі жағдайы дамудың бастапқы дәрежесінде тұр. Елбасы - Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына «Қазақстан халқы-2050: бір мақсат, бір мүдде, бір болашақ» тақырыбындағы Жолдауында көрсетілген стратегиялық мақсаттар қатарындағы индустриалды-инновациялық дамуға жетуде түрлі инновациялық жобалар жүзеге асырылып жатыр. Ал осы инновациялық жобалардың бәре де тәжірибе жүзінде жобаларды басқару аясында жүзеге асырылады. ҚР мемлекеттік бағдарламалары экономиканың барлық субъектілерінің инвестициялық және инновациялық қызметтерінің дамуына ыңғайлы жағдай жасауға бағытталған. Бірақ, өкінішке орай, жобаларды кәсіби басқару сұрақтары атқарушы мемлекеттік органдардың жұмыс істеп жатқан құжаттары мен іс-әрекеттерінде әлі байқалған жоқ. Мүмкін жобалық басқаруды тиімділігін жоғарылатуға толық деңгейлі көңіл бөлінбегендіктен, отандық компаниялар индустриалды-инновациялық жобаларды, ұлттық даму бағдарламаларды жүзеге асыруға мүмкіндік бермейді.

Жобаларды басқару бойынша түрлі әдістер нақты экономикада кеңінен қолданылады және ғылыми әдебиеттерде де кеңінен талқыланады. Біздің жағдайда өңірлік деңгейде әлеуметтік-экономикалық нысандарды дамыту бойынша жобаларды басқарудың бейімделген механизмін қарастыру қажет.

Авторлар жобаларды басқару жүйесінің мәні мен мағынасын түсіндіруде әрқилы анықтамалар берді. К. Хелдман жобаларды басқаруды бірнеше құрамдас бөліктерден, соның ішінде жоспарлаудан тұратын процесс ретінде қарастырады. Жоспарлау жобаларды басқарудың ең маңызды функцияларының бірі болып табылады [1].

С. Портнидің айтуы бойынша, жобаларды басқару – бұл жобаға қатысты барлық жұмыстарға бастан аяқ басшылық ету процесі [2].

П. Мартин және К. Тейт жобаларды басқаруға келесідей анықтама береді: жобаңыздың ең жақсы нәтижеге қол жеткізуіне көмектесетін құралдар, технологиялар мен білімдер жиынтығы [3].

В.Л. Поповтың айтуы бойынша, жобаларды басқару – бұл бекітілген бюджет аясында және техникалық ерекшеліктер мен талаптарға сәйкес жобаны тиісті уақытта аяқтаудың басқарушылық міндеті [4].

Қазақстан нарығына жобаларды басқаруды енгізу өте баяуда және стихиялы түрде жүзеге асырылуда. Нарықта жобалық менеджмент әдістері мен құралдарын өз компаниясын басқаруда тиімді қолданып жүрген ұйымдар мен компаниялар баршылық. Сонымен қатар, жобаларды басқару бойынша оқыту және консалтинг қызметтерімен айналысатын компаниялар жұмыс жасауда. Халықаралық жобалық менеджмент институттары мен олардың филиалдары да Қазақстан нарығында кең таралып, дамуда. Дегенмен, жоғарыда атап өткендердің арасында тығыз коммуникация, ұйымдық және экономикалық қарым-қатынас механизмдері орнатылмаған [5].

ҚР жобалық менеджмент нарығын зерттеу және талдау келесі бағыт бойынша жүргізілді:

- Мемлекеттік жобалар нарығы;
- Жобаларды басқару бойынша оқыту және кеңес берумен айналысатын консалтингтік компаниялар нарығы;
- ҚР кәсіпорындарында жобаларды басқару жүйесін енгізіп жатқан ақпараттық технологиялар нарығы.

Мемлекеттік жобалар нарығы мемлекеттік бағдарламалар мен үлкен ұлттық жобаларды біріктіреді. Негізінен, мемлекет тарапынан көптеген жобаларды жүзеге асыру қарастырылған, мәселен, инфрақұрылыс, зауыт және көпқабатты үйлерді салу құрылыстары [6]. Бағдарламаларды белсенді жүзеге асыру посткризистік кезеңге сай келді. Бүгінгі күнде 45 белсенді жүргізіліп отырған мемлекеттік бағдарламалар бар [7].

Мемлекеттік бағдарламалар экономика барлық саласы мен әлеуметтік салаларды қамтып отыр, яғни бәсекелестік пен басқару тиімділігін жоғарылатуға, халық өмірінің және әлеуметтік жағдайын жақсартуға бағытталған. Әрбір бағдарламада өзінің мақсаты, миссиясы, міндеттері және белгіленген бағдарламаны жүзеге асырушы жобалары бар.

2014 жылы 11 қарашада Қазақстан Республикасының Жобалық менеджерлер одағының ұсынысымен жобаларды басқару бойынша ұлттық стандарт әзірленіп, ал Қазақстан Республикасында индустриалды даму мемлекеттік бағдарламасының екінші бесжылдығын (2015-2019 жж.) іске асыруды Жобаларды басқарудың арнайы кеңсесі жүзеге асырады.

ЖБ аймағындағы сертификаттауға мамандардың қызығушылығы артып отыр. 89 қазақстандық PMI (2016 ж. 1 қаңтарына) берген «Кәсіби жобалау менеджері» – Project Management Professional (PMP®) және «Жобаларды басқару бойынша сертификатталған көмекші» – Certified Associate in Project Management (CAPM®) мәртебелеріне ие. Жүздеген адам IPMA® жүйесі бойынша сертификаттаудан өтті. Ол «Жоба менеджерінің көмекшісінен» бастап «Жоба директорына» дейінгі мамандардың төрт санатынан тұрады [8].

Қазақстанда мемлекеттік қаражат есебінен жүзеге асырылатын жобаларды іске асыру кезінде жобалық менеджменттің қазіргі стандарттарын (технологияларын) міндетті түрде пайдалануды көздейтін нормалардың енгізілгені орынды әрі қажет деп есептейміз. Яғни, жобалық менеджмент мыналарды іске асыруға:

А) Қабылданған бағдарламалық құжаттарға сай жобалардың барлық мақсаттарына барынша қол жеткізуге мүмкіндік береді. Жобалық менеджмент жобаны шектелген бюджеттің аясында, мерзімінде және сапалы түрде мақсатына қолжеткізуге бағытталған әрекеттердің жиынтығы ретінде қарастырады. Жетекші мақсатқа қол жеткізген кезде бастапқы белгіленген бюджеттен, мерзімі мен сапасынан ауытқымауы үшін, жобалық менеджментте арнайы құралдар бар.

Ә) Бірыңғай стандартпен басқару жүйесін құруға мүмкіндік береді. Алғашында, маңызды емес сияқты көрінгенімен, тәжірибе көрсетіп отырғандай, бұл өте өзекті мәселе болып саналады. Қазақстанда қандайда бір жобаны (мектептер мен ауруханаларды салу, өндірісті жолға қою, қазба орындарынан кен шығару, ғарыштық спутникті ұшыру, фильм түсіру және т.б.) іске асыру кезінде жобалық менеджменттің элементтері пайдаланылады: жоспар жасалып, жұмыстар осы жоспарға сәйкес жүргізіледі. Алайда, мәселе әркім оны өзінше жасауында болып отыр, сондықтан қателіктерде болып тұрады, ал бұл өз кезегінде уақытты, қаржы мен сапаны жоғалтуға алып келеді. Жобалық менеджменттің негізгі ұтымды тұстарының бірі – жобалардың әркелкі болуына қарамастан, жұмыспен басшылықтағы бір жүйелілік. Адамға деп бағдарланған істердің жүйеге бағдарланған істерге қарағанда, анағұрлым осал болып келетінін естен шығармау керек. Алғашқы жағдайда барлығы адамға байланысты болып келеді, ал адам тұрақты шама емес, яғни ол ауырып, не болмаса кетіп қалса, оның орнын басатын лайықты біреуді табу қиынға соғуы мүмкін. Сонымен бірге, басшының біліктілігі жеткіліксіз болса, бұл да жобаның табысты орындалуына келеңсіз әсер етеді. Ал егер бүкіл істер жүйеге бағдарланған болса, онда жұмыстарды қазіргі жүйелер мен стандарттарға сүйеніп орташа статистикалық адамдар да орындай алады. Сонымен бірге кадрларды ауыстыру мәселесі де аса алаңдаушылық тудырмайды, себебі жаңадан келген адам жүйемен стандарттарға сүйене отырып, жұмыстарды ойдағыдай жалғастыра береді. Біртұтас жүйе басшының үлкен қателікке бой алдыруына жол бермейтін тежеуші фактор ретінде қызмет атқаратынын айта кету керек [9].

Б) Жоба іске асырылатын бүкіл уақыт бойы нақты бақылауды жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Жобалық менеджменттің стандарттарына сәйкес, бір жоба бірнеше шағын міндетерге бөлініп, солардың әрқайсысын іске асыру жөнінде егжей-тегжейлі жоспар әзірленеді. Жоспарда жұмыстардың кестесі, сондай-ақ белгіленген мақсаттарға қол жеткізудің қатаң кестесі қамтылады. Яғни бұл тек аралық мақсаттардың ғана емес, сонымен бірге жұмыстарды іске асырудың аралық индикаторларының да болатындығын көрсетеді. Бұл, өз кезегінде, жобаның іске асырылу тиімділігіне бара бар бақылау жүргізуге, ал егер қиындықтар туындап жатса, соған орай дер кезінде әрекет етіп, жағдайды түзету бойынша қажеті іс-қимылдарды орындауға мүмкіндік береді.

В) Жобаларды іске асырудың тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді. Елдің экономикалық жағдайын оңалдыру бойынша Қазақстан Республикасы Үкіметінің жоспарлы әрекеттері, өсім үстіндегі несиелік рейтинг, Қазақстанның әлемдік экономикаға белсенді интеграциялануы мемлекеттік және халықаралық бағдарламалар мен жобаларды іске асыру жолымен қол жеткізілуде. Ең жаңа басқарушылық технологияларды қолдану мемлекетті, бизнес пен қоғамды одан әрі дамытуға ықпал етуі тиіс. Халықаралық озық сарапшылардың бағалауы бойынша жобалар мен бағдарламаларды басқарудың осы заманғы технологияларын кеңінен қолдану жалпы ел экономикасының тиімділігін кем дегенде 15-20 пайызға арттырады. Жобалық басқаруды кеңінен қолдану аз уақытта (2-3 жыл) Қазақстан Республикасының Үкіметі басымдықтар деп белгілеп отырған бірқатар міндеттерді шешуді айтарлықтай тездетеді. Қазіргі уақытта Қазақстанда жобаларды басқару тәжірибесін қолдануда алғашқы қадамдар ғана жасалуда. Республика үшін, әсіресе, ҰИС қалыптастыру, әлеуметтік жобаларды іске асыру және жер қойнауын пайдалану, құрылыс салаларында, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласында жоғары технологиялық өндірістерді құру барысында жобаларды кәсіпқой басқаруды қолдану өзекті болып табылады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Хелдман К. Профессиональное управление проектом / Пер. с англ. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. – 512 б.
2. Портни С.Э. Управление проектами для «чайников» = Project Management For Dummies. – М.: «Диалектика», 2006. – 368 б.

3. Мартин П., Тейт К. Управление проектами / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2006. – 224 б.
4. Управление инновационными проектами / Под ред. проф. В.Л. Попова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 336 б.
5. IX Международная научно-практическая конференция "PM Kiev '12" «Управление проектами в развитии общества» конференция материалдарынан алынған мақала.
6. Есенгазина Г.К. Инструменты государственной программы поддержки и развития бизнеса // Сборник материалов Второго Международного Форума «Управление проектами в Центральной Азии. Инновационные технологии». – Алматы: КазНТУ; СПМ РК, 2012
7. Қазақстан Республикасында жүзеге асырылатын мемлекеттік және салалық бағдарламалардың тізбесі // egov.kz/wps/portal/Content.
8. Қазақстан Республикасының Жобалық Менеджерлерінің Одағының жыл сайынғы есептік көрсеткіштері.
9. Садвакасов С.Ж. Жесткие методы культурной интеграции // Сборник материалов Второго Международного Форума «Управление проектами в Центральной Азии. Инновационные технологии». – Алматы: КазНТУ; СПМ РК, 2012.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ҚЫЗМЕТКЕ ПЕРСОНАЛДЫ ІРІКТЕУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Смағұлова Г.С. – э.ғ.к., доцент

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық Университеті

Қазақстандық заманауи мемлекеттік қызмет жүйесіне сәйкес, азаматтар мемлекеттік қызметке қол жеткізуге тең құқылы; мемлекеттік қызметші лауазымына кандидатқа қойылатын талаптар заңмен белгіленген және тек лауазымдық міндеттер сипатында болады; мемлекеттік қызмет нақты қағидаттарға негізделген және нақты этикалық нормалармен басқарылады.

Мемлекеттік қызметтің қазақстандық моделі басқару мәдениетінің ұлттық дәстүрлері мен үздік шетелдік тәжірибені біріктіреді.

Мемлекеттік қызметшілерді іріктеу мемлекеттік органдарға қызметке сырттан азаматтарды тартудан тұрады. Басқарушылық кадрларды орналастыру мемлекеттік органның ішіндегі лауазымның жоғарылауын немесе төмендеуін, қызметтің басқа аумаққа ауыстырылуын және т.б. көздейді. Мемлекеттік қызметші лауазымына үміткерге қойылатын талаптар лауазымдық міндеттердің сипатымен айқындалады.

Мемлекеттік қызметке орналасудың келесідей құқықтық-ұйымдастырушылық тәсілдері бекітілген: тағайындау, сайлау және конкурс. Осы жағдайда күрделі заңдық құрам орын алады: тағайындау, сайлау немесе конкурстан өту актісі және азаматтың сәйкес мемлекеттік лауазымға орналасуға келісім беруі.

Саяси мемлекеттік қызметке тұлғалар тағайындалу немесе сайлану арқылы орналасады. Сонымен қатар басқа жағдайларда ҚР заңнамаларында көзделген тәртіппен және шарттармен орналасады. Қазақстан Республикасының Президенті конституциялық өкілеттігіне сәйкес Парламенттің келісімімен Республиканың Премьер-министрін қызметке тағайындайды, ұкімет мүшелерін қызметке тағайындайды; сыртқы істер, қорғаныс, ішкі істер, әділет министрлерін қызметке тағайындайды. Президент облыстардың, республикалық маңызы бар қалалардың және Республика астанасының әкімдерін қызметке тиісінше облыс, республикалық маңызы бар қалалар және астана мәслихаттарының келісімімен тағайындайды [1].

Мемлекеттік саяси лауазымға орналасу Қазақстан Республикасының заңдарында және өзге де нормативтік құқықтық актілерінде көзделген жағдайларда осы лауазымға орналасу үшін қажетті келісуден өткен және арнайы тексерудің оң нәтижелері алынған жағдайда жүзеге асырылады [2]. Саяси мемлекеттік қызметке орналасудың қосымша талаптарын ҚР Президенті айқындауы мүмкін. Мемлекеттік саяси қызметшілердің әкімшілік лауазымдарды қоса атқаруына жол берілмейді.

Мемлекеттік әкімшілік лауазымға орналасу конкурстық негізде жүзеге асырылады. («Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметі туралы» Заңында көзделген жағдайларды және Қазақстан Республикасының заңдарына сәйкес жергілікті өкілді органдардың тағайындауы немесе сайлану жағдайларын қоспағанда). Конкурс мемлекеттік қызметке азаматтардың қолжетімділігінің конституциялық құқығын жүзеге асыруды қамтамасыз етеді.

Мемлекеттік әкімшілік лауазымдардың «А» және «Б» корпустарына бөлінуіне қарай, мемлекеттік әкімшілік қызметке конкурсты өткізудің өзіндік ерекшеліктері бар.

«Азаматтардың "А" корпусының мемлекеттік әкімшілік қызметіне кіруінің кейбір мәселелері туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2015 жылғы 29 желтоқсандағы № 151 Жарлығына сәйкес арнайы біліктілік талаптары, кадр резервіне іріктеу қағидалары, кадр резервін қалыптастыру қағидалары және конкурс өткізу қағидалары бекітілген. 1-суретте «А» корпусының мемлекеттік әкімшілік қызметінің кадр резервіне іріктеу кезеңдері көрсетілген.



Сурет 1. «А» корпусының мемлекеттік әкімшілік қызметінің кадр резервіне іріктеу кезеңдері

«А» корпусының мемлекеттік әкімшілік қызметінің кадр резервіне іріктеу келесідей кезеңдерді қамтиды:

1. кадр резервіне іріктеу өткізу туралы хабарландыруды жариялау;
2. кандидаттардың құжаттарын қабылдау және олардың «А» корпусының лауазымдарына қойылатын арнайы біліктілік талаптарына сәйкестігін тексеру;
3. кандидаттарды тесттен өткізу;
4. кандидаттармен әңгімелесу.

Жарияланатын хабарландыру мәтінінің үлгісін уәкілетті орган бекітеді. Хабарландыруда кандидаттарға қойылатын талаптар, құжаттарды қабылдау мерзімі, құжаттарды ресімдеуге қойылатын талаптар мен уәкілетті органның байланыс деректері (пошта мекенжайы, телефон және факс нөмірлері, электрондық пошта мекенжайы) көрсетіледі.

«А» корпусының мемлекеттік әкімшілік қызметіне кандидаттарға білімі мен жұмыс өтілі бойынша талаптар қойылады. Білімі бойынша қойылатын талапқа сәйкес «А» корпусының бірінші санаттағы мемлекеттік әкімшілік лауазымдарына орналасу үшін кандидаттардың жоғары білімі болуы тиіс. Ал «А» корпусының екінші санаттағы мемлекеттік әкімшілік лауазымдарына орналасу үшін кандидаттардың мемлекеттік басқару, экономика, қаржы, құқық саласында жоғары білімі болуы қажет.

«А» корпусының мемлекеттік әкімшілік қызметіне кандидаттарға тест ұйымдастыру қағидаларын уәкілетті орган, ал әңгімелесуді өткізу тәртібін ұлттық комиссия айқындайды.

«Б» корпусының мемлекеттік әкімшілік лауазымына орналасуға арналған конкурстың 2 түрі бар:

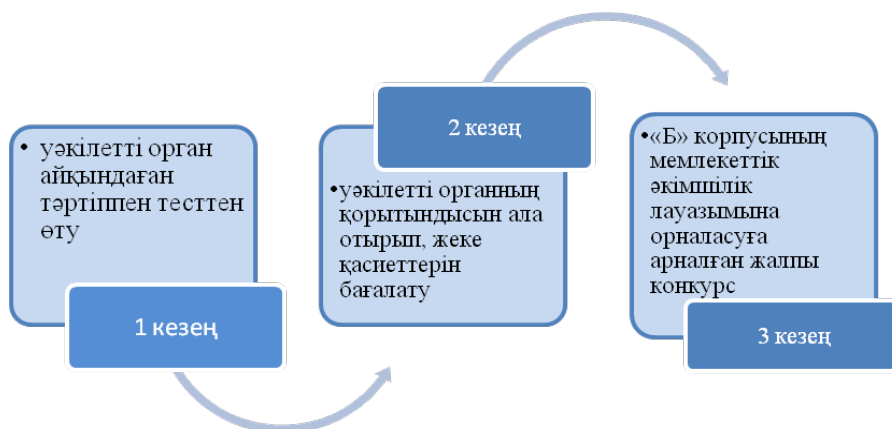
1. азаматтар арасындағы жалпы конкурс;
2. мемлекеттік қызметшілер арасындағы ішкі конкурс.

Жалпы конкурс Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 23 қарашадағы № 416-V «Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметі туралы» Заңына сәйкес «Б» корпусының бос немесе уақытша бос төменгі мемлекеттік әкімшілік лауазымына, сондай-ақ төменгі лауазым болып табылмайтын өзге де бос немесе уақытша бос мемлекеттік әкімшілік лауазымға орналасу үшін өткізіледі [2].

Ішкі конкурсты «Б» корпусының бос немесе уақытша бос мемлекеттік әкімшілік лауазымына орналасу үшін мемлекеттік орган осы мемлекеттік органның мемлекеттік қызметшілері арасында өткізеді, оған оның ведомствосының, аумақтық бөлімшелерінің мемлекеттік қызметшілері де қатысуға құқылы [2].

Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 23 қарашадағы № 416-V «Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметі туралы» Заңының 26-бабына сәйкес «Б» корпусының мемлекеттік

лауазымдарына алғаш рет кіретін немесе мемлекеттік қызметті тоқтатқаннан кейін оған қайтадан кіретін азаматтар мынадай іріктеу кезеңдерінен өтеді:



Сурет 2. «Б» корпусының мемлекеттік лауазымдарына іріктеу кезеңдері

«Б» корпусының мемлекеттік әкімшілік лауазымына орналасуға конкурс өткізу кезеңдері:

1. хабарландыруды жариялау;
2. құжаттар қабылдау;
3. мемлекеттік органның конкурстық комиссиясын құру;
4. құжаттардың белгіленген біліктілік талаптарына сәйкестігін тексеру;
5. конкурстық комиссия өткізетін әңгімелесу;
6. мемлекеттік органның конкурстық комиссиясының қорытындысы.

Конкурсты өткізу туралы хабарландыруда мынадай мәліметтер болуы тиіс: мекен-жайы көрсетілген мемлекеттік органның атауы, пошта адресі; негізгі функционалдық міндеттері, қолданыстағы заңдарға сәйкес еңбек ақысының көлемі мен шарттары көрсетілген бос лауазымдар атауы; мемлекеттік орган анықтаған біліктілік талаптарына сәйкес конкурсқа қатысушыға қойылатын негізгі талаптар; құжаттарды қабылдаудың мерзімі. Хабарландыру Қазақстан Республикасының қолданылып жүрген заңдарына қайшы келмейтін қосымша ақпараттармен толықтырыла алады. Бос әкімшілік мемлекеттік лауазымдарға орналасуға конкурс туралы мәліметтер уәкілетті органның ресми сайтында орналастырылады. Сонымен қатар хабарландыруды республика аумағына таралатын мерзімді баспа басылымдарында жариялауға болады.

Конкурс жариялаған мемлекеттік орган әкімшілік мемлекеттік қызметтің бос лауазымдарына орналасуға кандидаттарды іріктеуді жүзеге асыруға конкурстық комиссияны құрады. Конкурстық комиссияның құрамы тиісті мемлекеттік органның басшысы арқылы бекітіледі. Конкурстық комиссия конкурсқа қатысушылар берген құжаттарды, оларды тестілеудің нәтижелерін қарайтын, кандидаттармен әңгімелесу өткізетін және бос мемлекеттік әкімшілік қызметтің лауазымдарына орналасуға кандидаттарды түпкілікті іріктеуді іске асыратын алқалы орган болып табылады. Конкурстық комиссияның шешімі мемлекеттік әкімшілік қызметтің бос лауазымына орналасудың немесе мұндай лауазымға орналастырудан бас тартуға негіз болады.



Сурет 3. «Б» корпусының мемлекеттік әкімшілік лауазымына орналасу бойынша конкурстық комиссияның жұмыс істеу тәртібі

Конкурстық рәсімдердің ашықтығын қамтамасыз ету мақсатында 2013 жылдың 26-наурызынан бастап бақылаушылар мен сарапшылар институты әрекет етуде.

Бақылаушылар ретінде БАҚ-тың, қоғамдық бірлестіктер мен өзге де ұйымдардың өкілдері қатыса алады (сурет 3).

Мемлекеттік орган қайта ұйымдастырылған немесе таратылған жағдайда, жарияланған конкурс оны өткізудің кез келген кезеңінде ол туралы міндетті түрде бұқаралық ақпарат құралдарына жарияланып тоқтатылуы тиіс.

Конкурстық комиссияның оң қорытындысын алған конкурсқа қатысушылардың мемлекеттік әкімшілік лауазымдарға орналасуға құқығы бар. Бұл жағдайда, мемлекеттік органның басшысы мемлекеттік қызмет үшін заңда көзделген талаптарды сақтай отырып, жарияланған қызметке қабылдауға міндетті.

Мемлекеттік қызметке қабылдаудан бас тарту заңнамада көрсетілген талаптарға сәйкес келмесе немесе шектеулер болған жағдайда ғана негізді деп танылады. Мысалы, сол қызметке орналасу үшін арнайы мамандандырылған дайындықтың жоқ болуы, мемлекеттік қызметке қабылдаудан бас тартудың негізі болуы мүмкін. Бірнеше кандидаты бар мемлекеттік орган, мемлекеттік органның бос лауазымына кандидаттардың біліктілік деңгейін, арнайы мамандандырылған дайындығын, т.б. ескере отырып ең ыңғайлысын таңдауға құқылы. Мемлекеттік органның басшысы мемлекеттік қызметке қабылдаудан бас тартқан жағдайда, оның себебін сол азаматқа түсіндіруі қажет.

Мемлекеттік саяси қызметке, «А» корпусының мемлекеттік әкімшілік қызметіне кірген мемлекеттік қызметшілер үшін сынақ мерзімі белгіленбейді [2]. Мемлекеттік қызмет туралы заңнамада мемлекеттік әкімшілік лауазымға кіру кезінде сынақ қарастырылады. Мемлекеттік әкімшілік қызметке алғаш рет немесе қызметін тоқтатқаннан кейін жаңадан қабылданған азамат үшін үш айға дейінгі мерзімге сынақ белгіленуі мүмкін. Сынақ туралы шарт Заңнамада көрсетілгенмен де, оны мемлекеттік қызметке кіру шартына қосу императивтік сипатта емес. Сондай-ақ, заңнамада мемлекеттік қызметке орналасу кезіндегі сынақтың максималды мерзімі көрсетілген. Сынақ мерзімі үш айға дейін созылуы мүмкін. Сонымен қатар мемлекеттік әкімшілік қызметші дәлелді себептермен қызметте болмаған кезең сынақ мерзіміне есептелмейді (мысалы, еңбекке уақытша жарамсыз кезеңі).

Егер сынақ мерзімі өтіп, мемлекеттік әкімшілік қызметші мемлекеттік қызметті жалғастыра берсе, ол сынақтан өткен болып саналады және сынақ мерзімі мемлекеттік қызмет өтіліне есептеледі. Одан кейінгі жұмыстан босатуға Қазақстан Республикасының заңдарында көзделген негіздер бойынша ғана жол беріледі. Мемлекеттік әкімшілік қызметші сынақ нәтижесі қанағаттанғысыз болған жағдайда уәкілетті органмен немесе оның аумақтық бөлімшесімен келісе отырып, сынақ мерзімінен өтпеген адам ретінде жұмыстан шығарылуы мүмкін. Сынақ мерзімі нәтижесінің қанағаттанарлықсыздығы деп әкімшілік мемлекеттік қызметшіге тағайындалған қызметтерді атқара алмау қабілетсіздігі танылады. Сонымен қатар, мемлекеттік органның кадр бөлімі сынақтан өтушінің өзіне жүктелген жұмысты орындай алмау қабілетсіздігін сипаттайтын барлық фактілерді тіркеп, сынақ нәтижелері туралы ұсыныста көрсетуі қажет. Лауазымынан босатылған мемлекеттік әкімшілік қызметшінің жоғары тұрған органға немесе сотқа шағымдануға құқығы бар. Бұл сынақ мерзімін өткеру барысында мемлекеттік әкімшілік қызметші еңбек және мемлекеттік қызмет туралы заңдарға бағынатындығын көрсетеді.

Әдебиеттер тізімі:

1. «Қазақстан Республикасының Президенті туралы» Қазақстан Республикасының 1995 жылғы 26 желтоқсандағы N 2733 Конституциялық заңы.
2. «Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметі туралы» Қазақстан Республикасының Заңы 2015 жылғы 23 қарашадағы № 416-V ҚРЗ.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОЕКТНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВУЗА

Сокира Т.С. – к.э.н, доцент

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В преддверии XXI века перед экономически развитыми странами со всей остротой встали вопросы перехода к информационному обществу. Была разработана и принята в 2000 году Стратегия Европейского союза, целью которой стало создание экономики, основанной на знаниях и

инновациях. Для ее достижения предусматривалась соответствующая модернизация социальной сферы и системы образования. Казахстан не остался в стороне от этих процессов, принял в ответ ряд существенных шагов. Прежде всего, в 2002 году был принят Закон Республики Казахстан «Об инновационной деятельности», создана Национальная инновационная система, проведено коренное реформирование всей образовательной системы с целью обеспечения ее соответствия положениям и требованиям Болонской декларации. В это же время, параллельно в Казахстане стала проводиться жизнь идея управленческого подхода, которая была конкретизирована и обозначена Президентом Н.А. Назарбаевым на первом съезде представителей инженерного труда как «управление проектами» или «проектный менеджмент». [1]

Сегодня Казахстан находится на пути внедрения механизмов проектного менеджмента, как новой культуры управления в государственное, отраслевое и корпоративное управление. Путь этот не простой и достаточно сложный. [2]

Переход к экономике знаний и проектному менеджменту создали в Казахстане основу для формирования и развития в образовательном пространстве такого явления как проектная культура. Сегодня мы можем констатировать, что проектирование становится определяющей стилевой чертой нашего сознания и бытия во всех сферах жизнедеятельности, неотъемлемой частью общечеловеческой культуры.

Исследователи данного явления сегодня единодушно утверждают, что проектная культура аккумулирует материальную и духовную культуру, являясь условием развития творческих способностей личности и гуманизации общества. Практическое созидание предметного мира есть самоутверждение человека как одухотворенного, творчески активного существа. В этом смысле тезис о том, что человек, преобразуя действительность, преобразует самого себя, приобретает принципиальное значение.

Изучение различных подходов к проектной культуре, позволяет рассматривать ее, с одной стороны, как ценностную среду для практического решения проблем в условиях максимальной неопределенности задач и вариативности их возможных решений, с другой стороны, - как универсальный тип деятельности, направленной на создание реальных объектов с заданными качествами. Необходимостью является проектная аккультурация студентов, позволяющая эффективно адаптироваться в любой ситуации, проектировать свою профессиональную деятельность, реализовывать творческое отношение к жизни. В связи с чем, проектная подготовка будущих бакалавров, магистров и докторов экономических специальностей должна соответствовать новым тенденциям в развитии образования и отвечать современным высоким требованиям работодателей.

Для современного рынка труда молодых специалистов характерно противоречие между традициями высшего профессионального образования и потребностями потенциальных работодателей. В настоящее время очень быстро изменяется номенклатура рабочих мест и постоянно растет спрос на специалистов высокой квалификации. При этом каждая организация заинтересована получить специалиста с минимальным сроком адаптации его к производственным условиям.

Практика показывает, что выпускники вузов при устройстве на работу нередко испытывают трудности, так как привыкли за годы учебы работать индивидуально и не умеют работать в команде, не владеют основами практического проектирования, не проявляют интерес к творчеству. Проектный подход помогает студентам привыкнуть к командной работе еще во время учебы в вузе, овладеть аспектами проектной культуры и технологиями проектирования.

Проектная культура обучающихся должна формироваться не отдельным предметом, а целостной образовательной средой, где преподаватели и студенты являются коллективом единомышленников, воспроизводящих и творящих культурное, эстетически организованное пространство образовательного учреждения. Проектная культура является, с одной стороны частью общей культуры учебного заведения, с другой стороны – это и проектная культура педагога, и проектная культура обучающегося.

Становление проектной культуры обучающегося происходит в процессе проективного обучения, способами которого являются метод проектов, научно-исследовательская деятельность, социокультурное проектирование в рамках воспитательного процесса образовательного учреждения. Больше внимание стало уделяться применению метода проектов в учебном процессе.

Метод проектов – это система обучения, при которой обучающиеся приобретают знания и умения в процессе планирования и выполнения постепенно усложняющихся практических заданий – проектов.

Учебная программа, которая последовательно применяет этот метод, строится как серия взаимосвязанных проектов, вытекающих из тех или иных жизненных задач. Для выполнения каждого нового проекта обучающемуся необходимо решить несколько интересных, полезных и связанных с реальной жизнью задач. От него требуется умение координировать свои усилия с усилиями других.

Чтобы добиться успеха, ему приходится добывать необходимые знания и с их помощью проделывать конкретную работу.

Идеальный проект тот, для исполнения которого необходимы знания из различных областей, позволяющих разрешить целый комплекс проблем. В связи с чем, проектированием обучающийся должен заниматься не только в процессе учебы, но и выполняя итоговую, дипломную работу. Сегодня приветствуется междисциплинарное дипломное проектирование, когда работа выполняется не одним обучающимся, а в моно-группе – представителями разных направлений экономики. Проект может быть частью дипломной работы, то есть содержаться внутри ее. Желательно, так же, чтобы в сотворчестве с обучающимся, находились представители той организации, для кого создается данный проект, а сам проект имел практическую значимость для данного предприятия.

Цели проектной деятельности:

1.Повышение личной уверенности каждого участника проектной деятельности, его самореализации и рефлексии.

2.Развитие осознания значимости коллективной работы, сотрудничества для получения результатов процесса выполнения творческих заданий.

3.Развитие исследовательских умений.

Требования к использованию метода проектов:

1.Самостоятельная (индивидуальная, парная, групповая) деятельность участников проекта.

2.Структурирование содержательной части проекта (с указанием поэтапных результатов и распределением ролей).

3.Использование исследовательских методов, что предполагает:

- определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования; выдвижение гипотезы их решения; обсуждение методов исследования;

- оформление конечных результатов; анализ полученных данных; подведение итогов;

- корректировка; получение выводов (через использование в ходе совместного исследования метода "мозговой атаки", "круглого стола", творческих отчетов, защиты проекта, пр.).

Правила и принципы успешности проектной деятельности:

- В команде нет лидеров.

- Все члены команды равны, команды не соревнуются

- Все члены команды должны получать удовольствие от общения друг с другом и от того, что они вместе выполняют проектное задание.

- Каждый должен получать удовольствие от чувства уверенности в себе Все должны проявлять активность и вносить свой вклад в общее дело. Не должно быть так называемых «спящих партнеров»

- Ответственность за конечный результат несут все члены команды, выполняющие проектное задание.

Особенностью технологии метода проектов является:

- наличие дискуссий, характеризующихся различными точками зрения по изучаемым вопросам, сопоставлением их, поиском за счет обсуждения истинной точки зрения;

- осознание учеником деятельности: того как, каким способом получен результат, какие при этом встречались затруднения, как они были устранены, и что чувствовал обучающийся при этом;

- способность обучающегося проектировать предстоящую деятельность, быть ее субъектом;

самоопределение обучающегося к выполнению той или иной образовательной деятельности;

- моделирование жизненно важных профессиональных затруднений в образовательном пространстве и поиск путей их решения;

- реализация педагогом модели «обучение через открытие».

К достоинствам метода проектов можно отнести следующие обстоятельства. Он позволяет оценить приобретенные умения и навыки, отражающие компетенции: рефлексивные, поисковые, оценочной самостоятельности, менеджерские, коммуникативные, презентационные, способность к сотрудничеству и работе в команде и др.

Вместе с тем метод проектов имеет и недостатки:

- трудоемкость разработки и ведения проекта;

- проблематично применение метода сразу по нескольким дисциплинам;

- дополнительные временные затраты на презентационном этапе.

Однако, данные недостатки вполне могут быть исключены, прежде всего, за счет правильного выстраивания пререквизитов и постреквизитов, когда в программе обучения предусмотрен сквозной проект, состоящий из ряда под проектов, выполняемых в процессе последовательного изучения определенного ряда дисциплин.

Современная экономика и менеджмент, как науки постоянно развивающиеся, реагирует на все изменения социальных условий и требований, они создают все новые и новые подходы, средства,

формы и методы обучения, воспитания и оценивания. Появляются все новые подходы и взгляды на организацию процесса обучения. Рассмотренный в данной статье инновационный метод проектов – это не что-то устоявшееся и неизменное, это то, что необходимо продолжать совершенствовать, формируя и совершенствуя проектную культуру в образовательном пространстве и проектную культуру обучающегося.

Применение этих методов всегда требует от педагога творческого подхода в каждом конкретном случае и соответствующей проектной культуры. И, конечно, применяемые в практике обучения методы оценивания должны быть выбраны согласно целям и в соответствии с системой контроля в процессе обучения. Правильно подобранные методы оценивания – это своего рода залог получения качественных результатов обучения и оценки.

Процесс становления проектной культуры обучающегося – это непрерывный, сложный динамический процесс, определяющийся в большей мере активностью самого обучающегося, его субъектной позицией. Предполагается поэтапное его осуществление на основе комплексного подхода к организации учебно-воспитательного процесса, единства теоретической и практической подготовки и направленности на последовательное развитие всех компонентов проектной культуры.

Педагогическое взаимодействие в данном процессе рассматривается: как сочетание приемов педагогической поддержки (активизация, помощь, совет, консультация, сотворчество, фасилитация) со стороны преподавателя. Поддержка, сотворчество, обеспечивают успешность усвоения знаний и умений в процессе работы над проектом; позволяют актуализировать и развивать внутренний потенциал личности обучающегося, который самоопределяется в ценностно-смысловой сфере, находя личностный смысл в проектировании, способствующем повышению его профессиональной и общей культуры, формированию искомых компетенций.

Список литературы:

1. Труды I съезда инженеров Казахстана, Алматы, КазГосИНТИ, 1993.
2. Хусаинова М.Х. Развитие проектного управления в Казахстане как фактор повышения конкурентоспособности Казахстана. // Материалы IX Международной конференции «Управление проектами у розвитку суспільства». – Киев, 11-12 июля 2012. – С.235-237.

МЕСТНЫЕ ОРГАНЫ ВЛАСТИ И БЛАГОУСТРОЙСТВО ТЕРРИТОРИИ

**Жатканбаев Е.Б. – д.э.н., профессор
Сугурбаева А.Т.**

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Концепция развития местного самоуправления в Республике Казахстан разработана в соответствии с Посланием Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 27 января 2012 года «Социально-экономическая модернизация - главный вектор развития Казахстана», в котором отмечалось: «Важно развивать местное самоуправление, расширить участие граждан в решении всех вопросов местного развития».

Развитие системы местного самоуправления является одним из непереносимых условий экономического процветания, социального благополучия и формирования гражданского общества.

Становление местного самоуправления в Республике Казахстан – это многоэтапный и динамичный процесс, связанный со становлением и развитием гражданского общества, общим уровнем социально-экономического развития страны, другими факторами и условиями, которые непосредственно влияют на жизнь местного населения. Однако в настоящее время имеет место наличие некоторых проблем в вопросах организации и осуществления местного самоуправления. Как известно, в развитых странах мира местное самоуправление создавалось в несколько этапов, и этот процесс длился порой десятилетиями. В Казахстане в течение определенного времени также изучается и прорабатывается проблема местного самоуправления и вопрос упирается в выбор модели местного самоуправления, которая бы соответствовала условиям и реалиям нашей страны. Процесс становления и развития местного самоуправления в Казахстане начался недавно. Предстоит проделать большую работу в пересмотре законодательной базы, применительно практики и, что самое сложное – в переориентации менталитета населения. Так же хотелось бы отметить, что Президент Республики Казахстан Нурсултан Назарбаев обозначил 100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ.

В плане нации существует 5 институциональных реформ:

1. Формирование современного государственного аппарата
2. Обеспечение верховенства закона

3. Индустриализация и экономический рост

4. Нация единого будущего

5. Транспарантное подотчетное государство

Я бы хотела обратить внимание на 97-ой и 98-ой шаг где отмечается,

расширение возможности граждан участвовать в процессе принятия решений развитие саморегулирования и местного самоуправления. Передача несвойственных государству функций в конкурентную среду и саморегулируемым организациям. Правительство станет компактным за счет сокращения несвойственных государству и избыточных функций. На уровне сельского округа, аула, села, поселка, города районного значения будет внедряться самостоятельный бюджет местного самоуправления. В областных центрах и городах республиканского значения будут работать механизмы участия граждан в обсуждении проектов соответствующих бюджетов.

Одним из важнейших приоритетов развития страны и государства является благоустройства территорий. В современном мире благополучие государства определяется эффективным использованием способностей граждан. Именно поэтому большинство развитых стран стремится к совершенствованию моделей местного самоуправления. Данный уровень власти наиболее приближен к населению, им же формируется, ему подконтролен и решает вопросы по удовлетворению основных жизненных потребностей населения. При рациональном построении местного самоуправления не только оптимально расходуются местные ресурсы, но и заметно повышается доверие населения к власти.

В русском языке определение благо-это всё, что способно удовлетворять повседневные жизненные потребности людей, приносить людям пользу, доставлять удовольствие. В экономическо-социальном отношении под благом понимается все, что, имея ценность, может иметь и рыночную цену, следовательно, в обширном смысле подразумеваются все имущественные блага.

Благоустройство имеет целью создание удобной, приятной для людей среды их повседневного обитания. Вопросы благоустройства местных образований составляют, в частности, озеленение территории, капитальный ремонт и текущее содержание улично-дорожной сети. В муниципальных образованиях в структурах местных администраций создаются функциональные подразделения (комитеты, отделы), занимающиеся организацией и проведением работ по благоустройству. Принимаются положения об их деятельности.

Основными задачами органов благоустройства являются:

- формирование текущих и перспективных планов и осуществления единой политики в сфере благоустройства и озеленения;
- координация деятельности муниципальных предприятий и учреждений по вопросам благоустройства и озеленения;
- обеспечение временного ограничения либо прекращения движения по автомобильным дорогам общего пользования вследствие сезонных дорожно-климатических условий или производства ремонта на них и т.п.

Благоустройство и озеленение является одной из самых важных сфер деятельности муниципального хозяйства. Поэтому в этой сфере создаются такие условия для населения, которые обеспечивают высокий уровень жизни. Именно так создаются условия для комфортной, удобной жизни для всех жителей города, района, квартала, микрорайона. При выполнении определенного комплекса мероприятий экологическое состояние и внешний облик городов и поселков значительно улучшается, создаются более комфортные микроклиматические, санитарно-гигиенические и эстетические условия на улицах, в жилых квартирах, общественных местах (парках, бульварах, скверах, на площадях и т.д.). Вследствие этого появляется необходимость системного решения проблемы благоустройства и озеленения городов и поселков.

В современных условиях весьма важной является проблема сохранения и оздоровления среды, окружающей человека в городе, формирования в городе условий, благотворно влияющих на психофизическое состояние человека, что особенно важно в период интенсивного роста городов, развития всех видов транспорта, повышения с каждым годом тонуса жизни.

К видам работ по благоустройству территории относятся:

- уборка территории, включающая в себя регулярную очистку тротуаров и прилегающих территорий с твердым покрытием от грязи, мусора, снега и льда, газонов - от мусора, вывоз мусора, твердых бытовых отходов, снега, посадка и уход за зелеными насаждениями;
- содержание элементов внешнего благоустройства;
- озеленение территории муниципального образования;
- содержание и эксплуатация дорог, улиц, переулков, авторасс;
- освещение и украшения населенных пунктов баннерами, лозунгами и др;

Процесс благоустройства включает в себя, прежде всего, проектирование системы благоустройства, реализацию благоустройственного проекта, содержание и техническую эксплуатацию, ремонт и реконструкцию системы благоустройства объекта и его элементов.

Благодаря четкому разрешению вопроса о собственности, местные органы власти получают возможность эффективнее реагировать на разнообразные интересы местного населения, что подтверждает основное обоснование существования органов локального самоуправления. Местные органы власти лучше осведомлены о нуждах граждан в качестве жителей и потребителей, чем правительство, областные и районные органы власти, поэтому уровень их услуг населению обычно считается более эффективным и менее дорогим. По этим причинам возможное обеспечение местных коммунальных услуг может больше, чем какое-либо другое, помочь укрепить автономию и эффективность деятельности местных органов. Общественное доверие к ним и демократическому процессу также будет возрастать, если они получают больше полномочий и финансовых средств, поскольку на местном уровне у населения существует больше возможностей повлиять на политику властей, тесно связанной с их обычными бытовыми нуждами.

В акимате города Алматы Ауэзовского района существуют такие службы, которые обслуживают территорию района. (табл.1)

Таблица 1

№	Наименование организации	Виды работ
1	ГКП «Алматы Тазалык»	Уборка улиц городского и районного значения
2	АО «Тэртіп»	Уборка улиц городского и районного значения
3	ТОО «Хасен Тас Жол»	Уборка присоединенных поселков (Дубок, Алтын Бесик, Достык)
4	ТОО «BSHZ-Достык Компани»	Уборка присоединенных поселков (Таугуль-1, Таугуль-3, Школьный)
5	ТОО «Аль-Насыр»	Содержание западного берега оз. Сайран Уборка надземных пешеходных переходов
6	ТОО «Фирма ЛЭУ»	Уборка тротуаров
		Содержание арычных сетей
		Содержание зеленых насаждений
7	АО «Тэртіп»	Вывоз ТБО из контейнерных площадок
8	ГКП «АлматыКалаЖарык»	Содержание линии наружного освещения

Также хотела бы обратить внимание о проводимой работе по благоустройству Ауэзовского района. В районе на сегодняшний день обслуживаются 18 улиц - магистрального значения, протяженностью – 58,15 км, 34 улица - районного значения, протяженностью – 33,555 км, 108 улицы - местного значения, протяженностью – 80,264 км, итого: 160 улиц, протяженностью 171,969 км, также убирается 44 сквозных проезда, протяженностью – 77,83 км. Всего по району убираются 204 улиц и проездов, протяженностью 249,799 км. Работа по санитарной очистке улиц возложена на подрядные организации, выигравшие конкурс по гос. закупкам. С начала текущего года на территории Ауэзовского района силами районных служб, экологической инспекции, юр. лиц и жителями, ССУЗов, ВУЗов, школ проведено 28 районных субботников и 2 общегородских субботников. Данные виды работ проводились на магистральных улицах, на прилегающих территориях, бесхозных и не обслуживаемых участках района. Всего на субботниках выход людей составило более 38247 чел, количество привлеченной спец. техники составило 322 ед., вывезено мусора 2380 м³.

В 2016 году начаты работы по текущему ремонту арычных сетей протяженностью 4,4 км на сумму 94 677 563,1. Также ведутся работы по текущему ремонту скверов в мкр. «Аксай-4» и мкр.6 на сумму 30 837 896,32 тенге. Ведутся работы по текущему ремонту дворовых территории, на 50 дворах общей суммой 283 558 282,56 тенге с установкой МАФов и детских игровых площадок. Кроме того, по району ведутся работы по установке урн(700шт) и скамеек вдоль улиц (284шт) и скверов. На сегодняшний день закончены работы по ул. Абая, Саина, Момышулы. Работы по данным направлениям продолжаются.

Согласно заявки районного акимата Управлением Автомобильных дорог города Алматы по Ауэзовскому району завершены работы по 1-этапу среднего ремонта дорог на 11 улицах протяженностью 4,53 км.

Работы по 2-3 этапу силами ТОО «МБ-ДорСтрой», ТОО «АлматыДорСтрой-2» продолжаются, общей протяженностью 5,228 км.

Также, силами ТОО «МБ-ДорСтрой» проведены текущий ремонт магистральных улиц и проездов (по ул. Шалова, Сулейменова, 2-Вишневская, мкр. «Аксай-4», «Аксай-3 «Б», «Аксай-1 «А», мкр.6) и т.д.

В районе освещены все магистральные улицы, количество светоточек составляет 10333 шт., протяженность электролиний 338,8 км. КГП «АлматыКалаЖарык» ежедневно проверяет все светоточки на наличие сгоревших и для их замены. В текущем году силами КГП «АлматыКалаЖарык» было заменено 2328 шт. лампочек, 2752 м СИПа и 1309 м кабеля. С начала года в целях модернизации наружного освещения проведены работы по замене автоматики ШУНО в количестве 140 шт.

Список литературы:

1. Николаевская И.А. Благоустройство территорий. М.: Академия, 2011.
2. Денисов В.Н. Благоустройство жилых территорий. СПб., 2013.
3. План нации - 100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ Главы государства Нурсултана Назарбаева. <http://www.kazpravda.kz/news/politika/opublikovani-100-konkretnih-shagov-po-realizatsii-pyati-reform-prezidenta/>

К ВОПРОСУ О РОЛИ НЕМОНЕТАРНОЙ МОТИВАЦИИ В СТИМУЛИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сулейменов¹ И.Э., Нуртазин² А., Сулейменова³ Р.Н., Тасбулатова¹ З.С.

¹Алматинский университет энергетики и связи, Алматы, Казахстан.

²Университет Нархоз, Алматы, Казахстан.

³Казахстанско-российский медицинский университет, Алматы, Казахстан

На современном этапе наблюдается существенное падение общественного значения науки как институции, поддерживающей генерацию инноваций, наблюдается также и устойчивая потеря интереса к ней со стороны общества [1].

В частности, имеет место устойчивое падение престижа технических и естественнонаучных специальностей. Сказанное иллюстрирует диаграмма рис.1, отражающая соответствующую статистику для РК (по официальным данным).



Рисунок 1 – Численность выпускников, сертифицированных по отраслям, 2013 г.

Официальная статистика такого рода отражает только вершину айсберга. В действительности положение намного более серьезно [2-4].

В текущей литературе рассматриваемые факты анализируются с различных позиций [2-7], но все же главную из них можно установить, рассматривая образование как личную инвестицию «в самого себя».

Наука (шире – инновационная деятельность) всегда рассматривалась как высокорисковая область вложения капитала. Так, в настоящее время считается, что если из 10 стартаповских компаний успеха

добивается только одна, то это – вполне приемлемый результат. Существующие инструменты стимулирования инновационной деятельности построены так, чтобы максимально снизить риски со стороны инвестора, что не может вызывать удивления.

Однако, при разработке инструментов стимулирования инновационной деятельности, как правило, не учитывается тот факт, что риск является обоюдным. Рискует не только инвестор, но и тот, кто осуществляет всю цепочку работ, приводящих к появлению инновации. В первую очередь, это относится к начальному звену этой цепочки – научным исследованиям [1].

Более того, имеется и вполне определенное различие. Инвестор рискует восполнимым ресурсом, в то время как молодой человек, избирающий своим поприщем научную деятельность, рискует значительной частью своей жизни (затрачиваемой на приобретение квалификации, а также на последующую деятельность в этой сфере). Этот ресурс, с очевидностью, не восполним.

Очевидно, что факторы риска (осознанно или же не вполне) оцениваются молодыми людьми, выбирающими себе профессию и образ жизни. Взвешивая риски и сопутствующие обстоятельства, большинство отказывается избирать профессии, связанные с инновационной и научной деятельностью. Особенно наглядно это проявляется в постсоветских государствах, где уровень зарплаты ведущего профессора любой из кафедр вполне сопоставим с зарплатой бухгалтера или администратора в небольшой частной компании. (Ситуация в странах ЕС и США с этим немногим лучше, там также наиболее доходной является сфера торговли.)

Следствием этого является потеря кадровой базы, выражающаяся в старении персонала и другие негативные факторы, проанализированные в [1,7].

Можно вывести простую формулу, позволяющую оценить уровень личных доходов, лиц, занятых научными исследованиями, который покрывает риски, связанные с личными инвестициями «в самого себя».

$$\frac{A_0}{Q_0} < \frac{A_1(1-p)+A_2p}{Q_1} \quad (1)$$

где:

A_0 – ожидаемый доход при выборе безрисковой или слабо рискованной сферы деятельности (менеджер, бухгалтер и т.д.),

Q_0 – инвестиционные затраты, связанные с получением соответствующей профессии, применительно к получению профессии такие затраты определяются, в первую очередь затратами времени и усилий на освоение учебных дисциплин;

p - вероятность достижения успеха при выборе высокорискованной сферы деятельности (например, связанной с разработкой и внедрением инноваций), Q_1 – личные инвестиционные затраты, связанные с получением такой профессии;

A_2 – доход, получаемый при условии достижения успеха в случае выбора высокорискованной профессии (A_1 - доход в противоположном случае).

Приведенная формула (1) получена из следующих соображений. Сравниваются отношения доходов к затратам, но в знаменателе правой части стоит средневзвешенный доход, вычисленный с учетом вероятности достижения успеха. Данная формула является приближенной (в частности, степень достижения успеха может быть различной), но ее вполне можно использовать для оценок.

Вероятность достижения серьезного успеха была и остается небольшой (так, «выстреливает», как это признается сейчас, одна из десяти стартаповских компаний). Поэтому величиной p можно пренебречь по сравнению с единицей и преобразовать формулу (1) к виду:

$$A_2 > \frac{1}{p} \left(\frac{Q_1 A_0}{Q_0} - A_1 \right) \quad (2)$$

Применительно к условиям РК, оценки по данной формуле можно сделать следующим образом. Выпускники, обучающиеся по экономическим и управленческим специальностям, в лучшем случае, в своей массе обладают знаниями на уровне бухгалтерского техникума (если говорить в терминах советского периода). Такой объем знаний можно получить за полгода без особых усилий при средних умственных способностях. (Доказательством этому является, например, тот факт, что многие из инженеров, вынужденно приобретая квалификацию бухгалтера, ограничивались краткими платными курсами.).

Для того, чтобы получить квалификацию химика или физика, способного работать самостоятельно (и рассчитывать на более или менее пристойную зарплату) требуется, как минимум, девять лет (4 года – бакалавриат, 2 года – магистратура, 3 года – докторантура).

Отметим, что положение в технических вузах Казахстана (куда, как правило, поступают дети из менее обеспеченных семей, если сравнивать с экономическими специальностями) также не внушает оптимизма. По данным опросов, например [7], подавляющая часть студентов не только учится, но и обладает постоянным местом работы, что негативно сказывается на качестве обучения. Это также позволяет сделать оценку затрат времени на учебу, т.е. в использованных выше терминах – объем личных инвестиций.

Следовательно, если оценивать личные инвестиции по объему реальных затрат личного времени на учебу, то можно записать:

$$\frac{Q_1}{Q_0} = 18 \quad (3)$$

Возможно, оценка (3) и завышена, но она отражает очевидный факт. Реальную квалификацию ученого получить гораздо сложнее, нежели квалификацию, позволяющую занять место менеджера или бухгалтера в банковских структурах, частных компаниях и т.д. Впрочем, даже если положить $Q_1/Q_0 = 10$, то различие в степени личных инвестиций остается весьма большим, что и позволяет объяснить значительное различие между числом абитуриентов, поступающих на экономические и естественнонаучные специальности. Следовательно, можно считать, что результат (3) удовлетворительно согласуется с экспериментальными данными.

По г.Алматы, уровень доходов людей, занятых в банковском секторе (даже на уровне операционистки, реально не требующем высшего образования) составляет от 60 000 тенге в месяц и выше. Примерно столько же получает младшее звено преподавателей университетов. Это можно использовать для оценки величины A_1 : в случае неудачи, скажем, в стартаповской деятельности, специалист может найти себя в качестве штатного преподавателя, что часто и имеет место на практике.

Следовательно, с учетом оценки (3) слагаемое A_1 в формуле (2) можно отбросить, она приобретает вид

$$A_2 > \frac{1}{p} \left(\frac{Q_1 A_0}{Q_0} \right) \quad (4)$$

Формула (4) дает следующий результат (принято, что значение $p = 0,1$ в соответствии со сказанным выше)

$$\frac{A_2}{A_0} > \frac{1}{p} \left(\frac{Q_1}{Q_0} \right) \approx 180 \quad (5)$$

Следовательно, если проводить сопоставление даже с доходами мелкого банковского клерка (т.н. «офисного планктона»), для величины A_2 – уровня доходов специалиста, занятого инновационной деятельностью (в частности, работающего в науке) получается значение, превышающее \$10 000.

Полученное значение, во-первых, наглядно поясняет стабильно низкое желание абитуриентов поступать на естественнонаучные и технические специальности, а, во-вторых, показывает, что задачи, нацеленные на становление экономики знаний (или ускоренное инновационное развитие) не могут быть решены сугубо экономическим путем (точнее, методами, основанными на использовании одних только финансовых инструментов).

Действительно, оценим, отталкиваясь от полученных выше формул, объем финансирования, выделяемого на один научно-технический проект (размер одного гранта), позволяющего преодолеть барьер между рассмотренными выше видами деятельности (научной и тем, чем занимается т.н. «офисный планктон»).

По существующим в РК стандартам, средства, выделяемые на заработную плату, составляют 50% от общей суммы гранта. Среднее число исполнителей отдельного проекта – около 10 человек, грант выделяется, как правило, на три года. При условии, что молодой специалист, задействованный в проекте, получает \$10 000, легко подсчитать общие затраты - \$200 000 в месяц или \$7 200 000 на один отдельно взятый проект. Следует также учесть, что далеко не все проекты будут успешными. Снова используя показатель p (вероятность достижения успеха) = 0,1, получаем, что для реализации одного успешного проекта необходимо затратить более 70 (!) миллионов долларов США.

Казахстан, по данным журнала Forbes на науку в целом выделяет менее 300 миллионов в год в пересчете на доллары США. Если проводить подсчеты, оставаясь в рамках элементарных экономических моделей, этой суммы может хватить только на 4 успешных (и сравнительно небольших) проекта.

Столь большая разница в доходах, теоретически обеспечивавшая преодоление порога, связанного с личными инвестициями «в самого себя», не реализовывалась и в те исторические периоды, когда инновационное развитие было весьма бурным. В частности, это относится к СССР на пике научно-технического развития (1950-е годы – запуск спутника, создание ядерного оружия и т.д.).

Следовательно, необходимо принимать во внимание немонетарные факторы. Как отмечается в [1], СССР платил научным работникам чем-то другим, не имеющим прямого денежного выражения. Общество – в лице государства – предоставляло своим ученым исключительно высокий социальный статус, такое положение, которое сегодняшние бизнесмены не могут приобрести, даже располагая значительными финансовыми средствами.

Такой статус, разумеется, подкреплялся финансово (например, размер Государственной премии 1955 года в области науки и техники в СССР составлял 100 000 рублей при средней зарплате инженера 600 рублей в месяц), однако статус ученого отнюдь не сводился к финансовой составляющей. Представители этой категории населения имели доступ к таким привилегиям (например, право на дополнительную бесплатную жилищную площадь, доступ в престижные санатории и т.д.), которые многим другим были недоступны вовсе.

Подчеркнем, что экономическое значение немонетарных факторов рассматривается в мировой литературе уже продолжительное время, например, в современной теории социального капитала. В ее формирование значительный вклад внёс Ф.Фукуяма [8,9], американский политический экономист. Несколько упрощая, понятие «социальный капитал» он определяет через неформальные нормы и ценности, которые создают возможности для коллективных действий. При этом, ключевую роль в его построениях играет категория доверия, как обеспечивающая повышенную эффективность коллективных усилий. По мнению Ф.Фукуямы, именно взаимодействие, основанное на устоявшихся неформальных нормах поведения (например, этических), создает почву для сотрудничества между экономическими агентами и является первоосновой (пусть и невидимой) для успешного функционирования рынка и либеральной демократии.

Применительно к общественной роли – и общественному положению – науки как институции соображения такого рода представляют значительный интерес. Формализация науки (повышение роли формальных институций при практически полной деградации неформальных) в итоге привела к потере ею тех позиций в обществе, которые она занимала в период расцвета эпохи Модерн [1]. Это сопровождалось снижением воздействия немонетарных факторов в

Есть и прямые свидетельства важной роли неформальных институций и того факта, что «не все сводится к деньгам».

Как отмечается в [1,10], в Казахстане, по существу, уже имплементированы все наиболее передовые (во всяком случае, с точки зрения классической англосаксонской школы) финансовые инструменты управления научными исследованиями и их стимулирования. К ним относятся различного рода инвестиционные фонды, структуры, непосредственно выделяющие гранты на коммерциализацию результатов научных исследований, технопарки и другие организационные формы.

Однако пока не принимается во внимание тот факт, что экономическая целесообразность сама по себе не обеспечивает устойчивого экономического роста. Результат наглядно демонстрирует работа [11], где говорится: «Если оценивать состояние экономики Казахстана с точки зрения достигнутого уровня инновационного развития, то следует признать, что по этому параметру республика пока еще отстает от технологически развитых стран мира. Доля инновационной продукции в ВВП составила в 2013 г. всего лишь 1,69% – и это самое высокое значение данного показателя за последние 10 лет.»

Положение усугубляется тем, что администраторы среднего звена (в частности, директора исследовательских институтов) развращены дешевой интеллектуальных ресурсов, оставшихся в наследство от СССР. Им, разумеется, сложно понять, отчего это вдруг стоимость, казалось бы, бросовых ресурсов вдруг взлетает до небес.

Таким образом, восполнение интеллектуальных ресурсов, если ориентироваться только на финансовые инструменты потребует неоправданно значительных затрат. Следовательно, общество должно реализовать компенсаторные механизмы, связанные с формированием неформальных институций и обеспечением немонетарной мотивации для потенциальных инноваторов и ученых.

Список литературы:

1. Сулейменов И.Э., Габриелян О.А., Мун Г.А. и др. Некоторые вопросы современной теории инноваций. Алматы – Симферополь, 2016, 217 с.
2. Дружиллов С. А. Проблемы высшего профессионального образования как симптомы системного кризиса // Международный журнал экспериментального образования. – 2012. – №. 10. – С. 8.
3. Данилов А.А. О кризисе в образовании // Высшее образование для XXI века: V международная научная конференция. Москва, 13–15 ноября 2008 г. Ответы на вопросы, заданные Оргкомитетом конференции по проблемам высшего образования. Международный опрос, 2008 г. Ч. 1. – М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2008. – С. 28.
4. Пак И.Т., Сулейменов И.Э., Мун Г.А., Мынбаева А.К., Сулейменова К.И. Кризисные явления в сфере высшего образования // Известия научно-технического общества «КАХАК». – 2011. - №4 (34). - С. 13-19.
5. Dobryakova M., Froumin I. Higher engineering education in Russia: incentives for real change // International Journal for Engineering Education. 2010. - Vol. 26, N 5.
6. Bhuiyan, S. H. (2011). Transition Towards a Knowledge-Based Society in Post-Communist Kazakhstan: Does Good Governance Matter? Journal of Asian and African Studies,
7. Obukhova, P. V., Guichard, J. P., Baikenov, A. S., & Suleimenov, I. E. (2015). Influence of Mass Consciousness on Quality of the Higher Education in Kazakhstan. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 185, 172-178.
8. Фукуяма Ф. Доверие : социальные добродетели и путь к процветанию : [Пер. с англ.]. – М. : ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. 730 с.
9. Fukuyama F. Social capital and the global economy // Foreign Affairs. 1995. № 74. P. 52–58.
10. Nessipbayeva, O., & Dalayeva, T. (2013). Developmental Perspectives of Higher Education in the Post-Soviet Countries (for the Cases of Kazakhstan, Uzbekistan, Kyrgyzstan, Tajikistan and Turkmenistan). Procedia - Social and Behavioral Sciences, 89, 391-396.
11. Куур О.В. Анализ уровня инновационного развития предпринимательского сектора в республике Казахстан // Международный журнал экспериментального образования. 2015. №6.

КОНЦЕПЦИЯ КРЕАТИВНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК ОДНО ИЗ СРЕДСТВ ПРЕОДОЛЕНИЯ ТЕКУЩЕГО ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА

И.Э. Сулейменов¹, А. Нуртазин², Р.Н. Сулейменова³, З.С. Тасбулатова¹

¹Алматинский университет энергетики и связи, Алматы, Казахстан.

²Университет Нархоз, Алматы, Казахстан.

³Казахстанско-российский медицинский университет, Алматы, Казахстан

Значительная часть экологической нагрузки на ресурсы планеты связана с избыточным потреблением, выходящим за рамки биологических и духовных потребностей человека. В свою очередь, избыточное потребление во многом определяется существованием «знаковой» составляющей товара, который рассматривается как символ престижности, социального статуса и т.д., о чем подробно говорится в [1].

В данной работе впервые показано, что в современных условиях «знаковая» составляющая товара может быть целенаправленно перемещена в виртуальное пространство. Отчасти этот процесс уже реализуется спонтанно, так, в ряде социальных сетей и форумов товаром в полном смысле этого слова становятся рафинированные символы («подарки», отметки повышения статуса и т.д.).

На основе этого и нескольких аналогичных наблюдений в данной работе формируется концепция креативного потребления, в соответствии с которой потребитель выступает в качестве соавтора при производстве новых товаров (в реальном или виртуальном смысле) или услуг. Простейшим примером является предоставление существенных скидок на новые товары, производимые на основе идеи, высказанной потребителем на сайте фирмы-производителя. Следующим этапом является присуждение данному потребителю определенного рейтинга, который (при условии внедрения соответствующих представлений в массовое сознание) сам приобретает черты товара-знака в смысле J.Baudrillard.

В основе концепции, развиваемой в данной работе, лежат две предложенных в последние десятилетия теории. Одна из них подробно раскрыта в [2.3] и, далее, проанализирована в [4]. Данная теория составляет, как известно, одно из основных положений, составляющих наследие J.Baudrillard, и отражает возникновение симулякров. В соответствии с этой теорией, «Знак», понимаемый как совокупность образов, призванных отражать процессы или явления, имеющие место в действительности, эволюционирует по вполне определенной схеме, включающей в себя 4 фазы.

1. Образ является отражением реальности.
2. Образ извращает и маскирует подлинную реальность.
3. Образ маскирует отсутствие подлинной реальности.
4. Образ не имеет связи с какой бы то ни было реальностью.

Наглядной иллюстрацией к данной схеме эволюции служит эволюция, которую претерпели монетарные символы. На первой стадии эволюции собственно «монета» представляла собой не более, чем слиток драгоценного металла определенной массы.

Присутствующие на этом слитке изображения были призваны только удостоверить качество металла и его вес. Далее, с возникновением бумажных купюр, образ начал приобретать самостоятельное значение, все менее связанное с исходным содержанием. Процесс почти полностью дошел до своего завершения в настоящее время, когда электронные деньги отражают уже даже не столько наличие определенных средств, сколько соответствующие права заимствования [4], позволяющие обладателям соответствующих «Знаков», например, крупным банкам, функционировать в обособленном режиме. (Разумеется, данный вывод относится преимущественно к владельцам значительных капиталов.)

Вторая из теорий, составляющих основу предлагаемой концепции, подробно раскрыта в [4,5]. В соответствии с нею, одной из причин текущего кризиса, который только на первичных этапах возникновения интерпретировался как «финансовый», является экспансионистский характер современной кредитно-финансовой системы. Несколько упрощая, она в значительной мере построена на существовании банков, т.е. институций, поддерживающих свое существование за счет кредитования, т.е. предоставления средств под залог будущих прибылей. Такая система, как легко показать даже на уровне простейших математических моделей, может быть устойчивой только в динамическом режиме, т.е. для поддержания ее существования необходим непрерывный рост экономики. На определенном историческом этапе такой рост обеспечивался присоединением к европейскому миру-экономике новых (в географическом смысле) рынков, а также созданием новых рынков за счет внедрения новых технологий (один из них был сформирован системами сотовой связи).

По целому ряду причин, подробно проанализированных в [5,6], указанные выше возможности для экспансии на новые рынки оказываются исчерпанными (в частности, присоединение географически новых рынков ограничено площадью земной поверхности).

Следовательно, актуальным является вопрос о создании (пусть даже и искусственном) новых рынков. При этом одним из очевидных направлений экспансии является виртуальное пространство.

В монографии [5] отмечалось, что уже предпринимались попытки осуществить экспансию в эту область, но они закончились неудачей (кризис доткомов). Однако, неудачи попыток такого рода, по-видимому, можно связать с недостаточно последовательным пониманием сущности виртуального пространства как такового.

В данной работе, следуя [4], во главу угла ставится не технический, но социальный аспект категории виртуального. Именно это и позволяет сформулировать концепцию, обеспечивающую системную экспансию индустриальной фазы развития человеческой цивилизации в виртуальное пространство.

Процедура самосогласования была и остается мощнейшим инструментом физических теорий. Так, процедура вторичного квантования возникла, в известном смысле просто из преодоления вполне очевидного противоречия: наиболее известная форма уравнения Шредингера описывает частицы на квантовом языке, а поле – на классическом.

Попытаемся проделать нечто подобное применительно к концепциям [1-3], а именно применить концепцию эволюции знака Ж. Бодрийера [2,3] к его же концепции двойственной сущности товара [1]. Выражаясь несколько утрированно, применим концепцию автора теории симулякров к его же собственным построениям.

В [1] подробно оказывается, что сущность любого товара двойственна (рис.1). С одной стороны, «товар» как таковой предназначен для удовлетворения тех или иных потребностей человека, в частности, физиологических (защита от холода, удовлетворение чувства голода и т.д.). С другой стороны практически любой товар является и неким маркером социального статуса члена общества. Общеизвестны примеры, когда товары определенного бренда или качества приобретаются с единственной целью – подчеркнуть свой статус, существенно отличающийся от «серой массы».

Следовательно, «Товар» является одновременно и «Реальностью» и «Знаком»; он и означаемое, и обозначающее. Более того, именно в ипостаси «Знака» товар должен был пройти (и уже отчасти прошел!) все те же стадии эволюции, которые характерны для любого другого знака, в итоге с неизбежностью вырождающегося в симулякр.

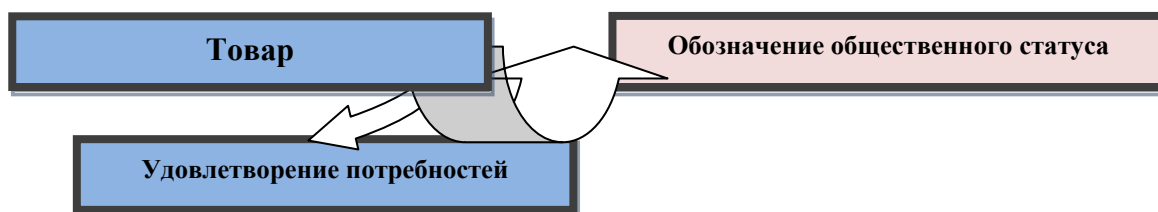


Рисунок 1 – К двойственной природе товара

Сформулированное утверждение отнюдь не является абстракцией. «Товары», практически полностью лишённые функции реального удовлетворения потребностей и де-факто обладающих исключительно только функцией подтверждения определенного статуса, уже существуют в действительности.

Так, практически любая социальная сеть (например, ВКонтакте) предоставляет пользователям услуги в виде т.н. «подарков». Де-факто они представляют собой не более чем изображения, появляющиеся на странице того или иного пользователя при оплате этой услуги дарителем. Очевидно, что они представляют собой почти полностью рафинированную знаковую часть стоимости товара, точнее, товар, который содержит только знаковую составляющую.

С аналогичных позиций (рис.3) можно трактовать и другие услуги, выставляемые на продажу владельцами социальных сетей, форумов и некоторых других сетевых ресурсов. Типичным примером здесь является предоставление VIP-статуса пользователю, оплатившему такую услугу.

Нетрудно заметить, что и в этом случае основная часть стоимости приходится именно на знаковую составляющую (хотя приобретенный статус иногда дает пользователю дополнительные возможности, например, поиска по базе данных поставщика услуг).

Последний пример говорит о том, что хотя рафинированно-знаковые (в смысле Ж. Бодрийера) товары пока достаточно редки, тем не менее все чаще появляются услуги (а также товары) в которых доля реально потребительской стоимости неуклонно снижается. Еще одним примером в этом отношении является блог отдельного автора, рассматриваемый как товар, фигурирующий на рынке рекламных услуг. Список, очевидно, можно продолжить.

Общий вывод, который можно сделать из приведенных выше наблюдений, звучит так. По мере становления виртуального пространства (в техническом смысле) усиливается виртуализация всего, что имеет отношение к человеческой деятельности, в том числе, это относится к товарам. Социально-экономическая и техническая виртуализация являются взаимосвязанными процессами, следовательно, допустима постановка вопроса об управлении трендами виртуализации социально-экономического характера, в том числе, в интересах Sustainable Development.

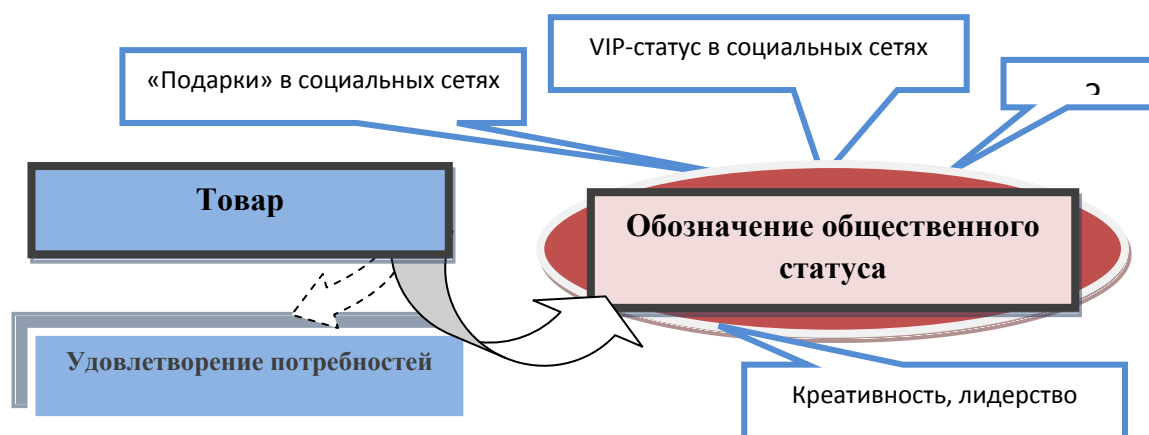


Рисунок 2 – Первая стадия эволюции знаковой составляющей товара

Однако, современные телекоммуникационные средства (главным образом, Internet) позволяют перевести вопрос об эволюции знаковой составляющей стоимости товара в несколько иную плоскость. А именно, существующие возможности управления массовым сознанием и общественным мнением, позволяют говорить о возможности формирования новых рынков, не требующих технологических (или иных) прорывов.

Оттолкнемся от вполне определенного наблюдения. Многие фирмы в настоящее время формируют во все тех же социальных сетях, скажем так, «клубы друзей». Цель, которую преследуют

в данном случае штатные маркетологи, вполне очевидна: использовать дополнительный ресурс для продвижения товара на рынок. Однако за этой очевидностью постепенно прорисовывается еще одна грань проблемы. Активный член «клуба друзей фирмы» постепенно конвертируется в соавтора, в человека, который принимает участие в работе соответствующей организации. Такое участие может принимать различные формы, так, член клуба может влиять на формирование маркетинговой стратегии, подсказывая штатным сотрудникам новые, зачастую весьма неординарные ходы, может влиять на характер построения модельного ряда соответствующей продукции и т.д.

Эти, казалось бы, незначительные воздействия способны перерасти, и перерастают в нечто большее. Примем во внимание, что в эпоху Постмодерна любая технически мыслимая задача может найти и находит решение при адекватной постановке.

Если в период технологического скачка, пришедшегося на рубеж 19го и 20го веков, внедрение инноваций шло по схеме «от технического воплощения к продаже», т.е. автор инновации мог себе позволить сконструировать нечто, а затем продвигать это на рынок, то в текущей действительности дело обстоит прямо противоположным образом. Первичной становится **именно маркетинговая концепция**. Технически сейчас можно реализовать практически любое изделие (если, конечно, не принимать во внимание такую экзотику как антигравитационный двигатель). Поэтому гораздо более важно изначально, даже до этапа первичной конструкторской проработки, ответить на вопрос о том, что именно может иметь успех на рынке. Заметим в скобках, что именно непонимание этого вопроса определяет, в значительной степени низкую эффективность инноваций в странах бывшего СССР. Изобретатели отталкиваются от собственных научных интересов, только впоследствии обеспечить продвижение уже готовой разработки на рынок, забывая, что уже давно именно запросы рынка (в том числе, только складывающегося) становятся доминирующим фактором.

Запросы рынка, тем более находящегося в стадии становления, разумеется, прогнозируются с не слишком высокой точностью. Исследуемая система, заведомо, характеризуется слишком большим числом параметров, далеко не все из которых на сегодняшний день могут считаться измеримыми.

Поэтому к решению данной задачи целесообразно подключить, выражаясь несколько утрированно, коллективный разум пользователей/потенциальных потребителей.

Соответствующая схема может быть построена следующим образом. Предположим, что имеется значительное количество потенциальных пользователей, готовых давать релевантные ответы на вопрос о том, какую именно продукцию они рассчитывают приобрести в будущем. Такие опросы проводятся продолжительное время, но качество результата остается сравнительно низким, так как остается нерешенной **основная проблема - мотивация участников опроса**.

Концепция креативного потребления, рассматриваемая в настоящей работе, позволяет преодолеть указанную трудность.

Она основывается на следующих факторах, действующих в настоящее время:

- рынок массовой IT-продукции в Казахстане перенасыщен,
- существует потребность в IT-продукции, носящей индивидуальные признаки (примером являются инкрустированные наушники и «мыши»),
- существует значительный пласт потребителей, активно эксплуатирующих интернет-сервисы, в частности, социальные сети, в том числе, и в рабочее время (например, офисные работники низовых звеньев),
- значительной популярностью пользуются различного рода интернет-игры, в том числе, ролевые, причем для участников последних также характерно стремление к приобретению статуса, пусть даже и игрового,
- существует выраженное состязание за обладание эксклюзивными товарами и сервисами, особенно в молодежной среде.

Если формулировать коротко, то развиваемая Национальной инженерной Академией Казахстана (NEA RK) концепция креативного потребления, принимающая во внимание перечисленные выше факторы, может быть сформулирована так. Креативное потребление – **это сочетание участия потребителя в создании новых товаров и услуг с ролевой игрой**.

Внедрение этой концепции в массовое сознание, разумеется, требует существенных усилий, однако, задача вполне разрешима, если ее решать поэтапно.

Первый этап реализации концепции креативного подразумевает создание особой формы услуг по изготовлению различного рода продукции, обладающей выраженными индивидуальными признаками. Примером является производство осветительных систем (люстры, бра, рекламные стенды и т.д.), рассчитанных на индивидуального потребителя. Отличие от стандартных маркетинговых схем состоит в том, что потребитель имеет возможность разместить заказ непосредственно на сайте поставщика, в том числе, в описательной форме, в форме эскиза и т.д. При этом описание заказа остается в открытом доступе, что позволяет производить сравнение с уже

изготовленной продукцией. Кроме того, сайт фирмы-производителя открыт для любых предложений по изготовлению новых образцов (любого, самого фантастического характера), причем авторам проекта – в случае, если он будет выбран кем-либо из заказчиков – выплачивается соответствующая премия. Аналогично, если автор нового заказа соглашается на тиражирование своей идеи (в оговоренном количестве), то он также получает премии.

Несколько таких фирм в настоящее время создается в рамках проектов, выполняемых NEA RK в настоящее время. В совокупности данные фирмы формируют инновационный кластер NEA RK, ориентированный на выпуск высокотехнологической продукции (отметим, что выпуск продукции, обладающей выраженными индивидуальными особенностями, также является средством ее продвижения на внутренний рынок, характеризующийся жесткой конкуренцией).

Одна из таких фирм ориентируется на выполнение «фантастических» заказов, т.е. заказов на продукцию, не представленную на рынке в настоящее время. Такая фирма позиционирует свою продукцию как «эксклюзив высшей категории».

Тем самым, на первом этапе, как минимум, отрабатывается еще одна методика привлечения потребителей, которая требует создания ряда новых информационных средств (специализированные веб-ресурсы, методика обеспечения их функционирования и т.д.). Создание таких средств, в частности, разработка соответствующего программного обеспечения и его внедрение в возможно большее число торговых организаций составляет одну из задач второго этапа внедрения концепции креативного потребления.

Параллельно на второй этап запланировано слияние информационных систем отдельных фирм кластера NEA RK, обеспечивающих поддержку креативного потребления. Это представляется оправданным, так как участие в предлагаемой схеме, которая уже содержит элементы ролевой игры, стимулирует потребителя на использование аналогичных сервисов, в особенности, если это начинает приносить некоторый доход.

По мере увеличения числа участников, запланирован переход к третьему этапу, который включает в себя создание полноценного аналога социальной сети, ориентированной на креативное потребление. Такая сеть уже может включать в себя существенные элементы ролевой игры (присвоение статуса, состязательность, формирование команд и т.д.). Существенно, что участниками такой сети неизбежно должны становятся и фирмы (как реализаторы, так и производители). Соответствующие тенденции отчетливо прослеживаются на примере современных социальных сетей.

По существу, для привлечения потребителей в данном случае используется естественное желание человека сохранить и усилить собственную индивидуальность, которая испытывает серьезное давление в условиях диктата масс-медиа, тиражирования товаров массового спроса и т.д. Социальные сети удовлетворяют такую потребность только отчасти, в то время как участие (на первых этапах – игровое) в реальной деятельности сетей нового типа обеспечивает возможность поддержания своего «Я» на более высоком уровне.

Таким образом, уже на этом (третьем) этапе внедрения концепции креативного потребления начнет наблюдаться существенное изменение информационной составляющей товара (по крайней мере, применительно к тем категориям, которые оказались вовлеченными в социальную сеть предлагаемого типа). В частности, вес информационной составляющей конкретного товара оказывается тем больше, чем больше статус его соавтора – конкретного потребителя. В известном смысле, в этом случае начинают проявляться все те же факторы, которые в настоящее время характерны для рынка произведений искусства [1], с тем отличием, что эти признаки становятся характерны для изделий, представленных на массовом рынке.

С этой точки зрения концепцию креативного потребления можно рассматривать как целенаправленное использование теории J.Baudrillard о существовании информационной составляющей стоимости товара и ее эволюции, направляемой в созидательное русло.

Исходя из этой аналогии, обоснованным является предположение, что индивидуализация товаров различного вида, стимулируемая концепцией креативного потребления, вполне может существенно расширить емкость существующих рынков. В первую очередь, это связано с тем, что производство продукции, обладающей выраженными индивидуальными признаками, существенно повышает не только информационную, но и материальную составляющую стоимости товара. Следовательно, есть основания полагать, что рассматриваемая концепция представляет интерес не только для Казахстана. Как уже отмечалось выше, создание новых рынков представляет собой ключевую проблему устойчивого развития индустриального общества, построенного на кредитно-финансовых институтах.

Заключение

Создание новых рынков является ключевым вопросом для обеспечения sustainable development современной цивилизации, необратимо приобретающей экспансионистский характер. Попытки

использовать для триады «нано-, био-, инфо-» пока не привели к необходимому результату; экспансия на глубинные уровни строения материи (что составляло и составляет макроэкономическое содержание развития мировой нанотехнологии) пока не состоялась. По крайней мере, уровень экспансии «в глубины материи» пока не сопоставим с уровнем территориальной экспансии эпохи Великих географических открытий.

Вместе с тем, всегда существовало и существует еще одно пространство, экспансия в которое вполне может иметь макроэкономическое значение; это – внутренний мир человека, мир индивидуальности, которая в современном мире испытывает все более жесткое давление со стороны массового производства и массовой культуры.

Инструментом для такой экспансии может стать концепция креативного потребления, ориентированная на использование творческого потенциала значительных слоев общества, которая пока остается незадействованной. Предложенная концепция, с одной стороны, полностью отвечает сложившимся экономическим реалиям, а, с другой стороны, позволяет индивидуальному потребителю стать реальным участником производства, за счет формирования аналогов современных социальных сетей и формирования широкого рынка товаров, обладающих выраженными индивидуальными признаками.

Список литературы:

1. Baudrillard, J. (1981). For a Critique of the Political Economy of the Sign. Telos Press Publishing.
2. Baudrillard J. La societe de consommation. Ses mythes. Ses structures. Paris, 1974. 372 p.
3. Baudrillard, J. (1994). Simulacra and simulation. University of Michigan Press.
4. Ivanov D.V. (2000) Virtualization of Society (in Russian), StPetersburg Orientology
5. Pereslegin S.B. (2010) Dangerous Ockham's Razor. Moscow, AST.
6. Yergozhin Ye.Ye., Aryn Ye.M., Suleimenov I.E., Mun G.A., Belenko N.M., Gabrielyan O.A., Park N.T., Negim El-S. M. El-Ash., Suleymenova K.I. Nanotechnology versus the global crisis / Seoul, Hollym Corporation Publishers, 2010, 300 p.

АЙМАҚТАРДА ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖОБАЛАРДЫҢ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУДЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ

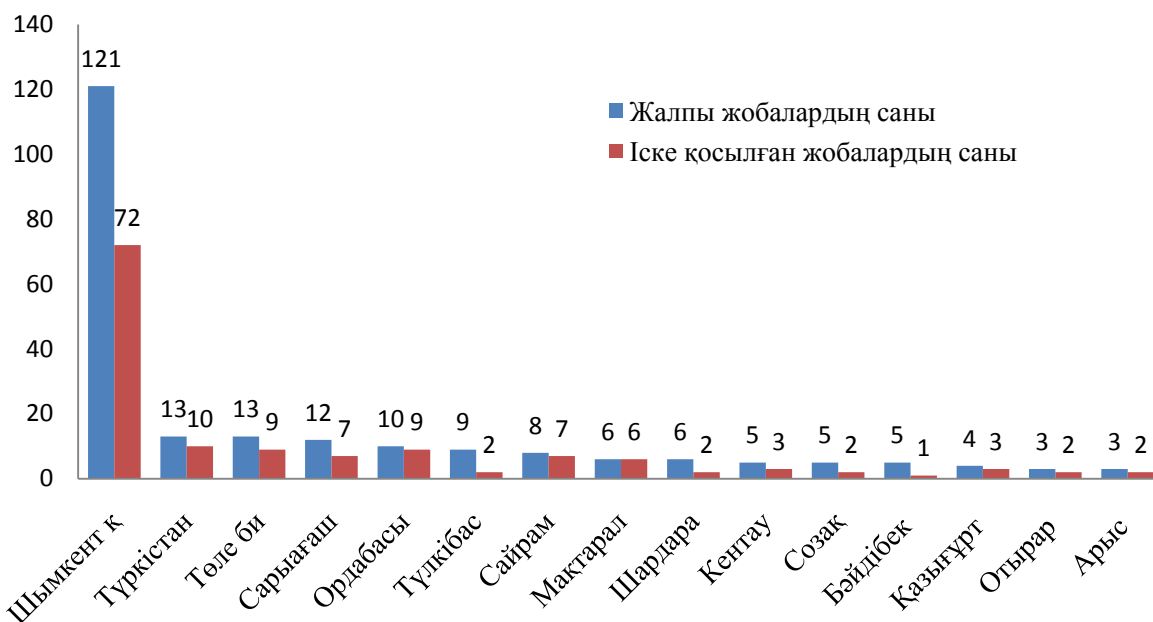
Төлешова Б. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Ғылыми-техникалық әлеует кез келген мемлекеттің ұлттық байлығының негізгі саласы. Дамыған елдер тәжірибесі көрсеткендей бәсекеге қабілетті экономикалық ортаны қалыптастыру үшін мемлекет ғылыми-техникалық және инновациялық салада көшбасшы болуы керек. Инновациялар мен жаңалықтар экономиканың құлдырауына төтеп беріп, ғылыми-техникалық прогрестің белсенді түрде дамуына жағдай жасап, ұлттық экономиканың тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатады.

Елбасының «Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсу, реформалар, даму» атты Жолдауында айтылған Қазақстан экономикасының инновациялық әлеуетін арттыру, смарт-технологиялар, жасанды интеллект, киберфизикалық жүйелер интеграциялары, болашақтың энергетикасы, жобалау және инжиниринг салаларында біліктілікті дамыту қажеттілігін нақты атап өтті [1]. Мұны тек тиімді ғылыми-инновациялық жүйе құру арқылы ғана жасауға болады. Назарбаев Университеттің «Астана бизнес кампусы» хайтек-паркінің базасы мен Алматыдағы «Алатау» технопаркінде қалыптастырылатын қуатты зерттеу университеттері мен инновациялық кластерлері оның негізіне айналады. Астанада ЭКСПО-2017 Халықаралық мамандандырылған көрмесін өткізу бізге «жасыл технологияларға» негізделген жаңа энергетиканы белсенді дамытуға жақсы мүмкіндік береді. Мемлекет басшысы әр жылғы жолдауында ғылым мен инновацияға айрықша назар аударады. Себебі, инновациялық жобалар ғана бүгінгі қоғамның сұраныстарына жауап береді. Мұны ұтымды пайдалана білсек, басқа мемлекеттер секілді әлемдік экономиканың алдыңғы қатарлы озық тәжірибелерін игеріп, индустриалды-инновациялық экономикамызды қалыптастыруды жалғастыра аламыз. Президент айтқандай, алдағы міндеттің бірі инновациялық дамуға негізделген экономикалық өрлеудің жаңа моделіне көшу – осының айғағы. Осы ретте елдің ең ірі құжаты Индустриялық-инновациялық дамудың мемлекеттік бағдарламасы қабылданды, ол бірнеше кезеңдерден тұрады, бірінші бастапқы кезеңі аяқталды, елде жаңа зауыттар мен фабрикалар бой көтерді, жаңа өнім түрлері шығарыла бастады. Ендігі кезекте екінші кезеңі аяқ басты, оның басты мақсаты өнеркәсіп саласын жаңғырту болып табылады. Осы бағытта жұмыс жасамайынша, біз дамыған отыз елдің қатарына кіре алмайтынымыз белгілі. Бағдарламаның негізгі мақсаты: өңдеуші өнеркәсіпті әртараптандыруды және оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруды ынталандыру. Еліміз бойынша индустриаландыру картасына енгізілген ең көп жоба Оңтүстік Қазақстан облысында [2]. Оңтүстік Қазақстан облысында 2015 жылы

индустриаландыру картасына енген жобалардың саны 170-тен 223-ке ұлғайды. Бұл көрсеткіш бойынша облыс 1-ші орынға ие болып отыр. Жобалардың жалпы құны 1,2 трлн. теңге болса, оларда 32,9 мыңнан астам жұмыс орындары ашылады. 2015 жылы іске қосылған жобалардың 770 жобаның 137-і (183,9млрд.тг) яғни, 1/5 бөлігі Оңтүстік Қазақстан облысына тиесілі. Облыс экономикасы мен өнеркәсібінің басты резервтерін игеру және индустриаландыру бағдарламасы аясында облыста бірқатар жұмыстар атқарылуда. Осы орайда облыстың ресурстық картасы әзірленді. Ол әр аудан мен қаланың экономикалық әлеуетін анықтап, белгілі бір салаға мамандануға мүмкіндік берді. Мәселен, қазіргі кезде орталық ұсынған алғашқы жоба биологиялық тыңайтқыш өндіру болып отыр. Бүгінде бұл жоба үш ауданда тәжірибелік сынақтан өткізілуде. Оның тиімділігі дәлелденген жағдайда биологиялық тыңайтқышты шығару облыс деңгейінде қолға алынбақ. Болжам бойынша аталған тыңайтқыш ауыл шаруашылығы өнімдерін 80 пайызға дейін арттыра алады екен.



Сурет 1 - Оңтүстік Қазақстан облысында жалпы жобалар саны мен іске қосылған жобалар санының арасалмағы. Ескерту: [3] әдебиет негізінде автор құрастырған.

Сурет мәліметтерінен көріп отырғанмыздай Оңтүстік Қазақстан облысы аймақтарындағы индустриаландыру картасына енген жобалар саны көп болғанымен жүзеге асырылып жатқан жобалар саны 61%-ды құрайды. Жобаларды жүзеге асыру деңгейі бойынша Шымкент қаласы көш бастап тұр. Бұл жәйтті қала аумағында «Оңтүстік», «Тассай» индустриалдық аймақтары және «Оңтүстік» арнайы экономикалық аймағы, «Максимум» аймақтық инвестиция орталығының орналасқанымен түсіндіруге болады. Шымкент қаласында Индустриаландыру картасы шеңберінде 121 жоба іске асырылуда, оның 72-сі іске қосылып жұмыс істеп тұр. Ал қалған аймақтардағы жобалар саны шамалас. Бұл аймақтардағы жобалардың санының аздығын аймақтағы шикізат көздерінің аздығы, ғылыми-техникалық және инвестициялық әлеуетінің төмендігімен түсіндіріледі.

Инновациялық қызметті белсендіру және технологияларды трансферттеу мақсатында облыс әкімдігінің жанынан «Шымкент инновация» ЖШС 2012 жылы 18 мамырда құрылды. Нәтижесінде облыста жалпы сомасы 527,5 млрд. теңгені құрайтын шетелдік қатысуы бар 46 жаңа инвестициялық-инновациялық жобалар жүзеге асырылу көзделген болатын. Бірақ бұл ұйым 2015 жылдың соңына қарай белгісіз себептермен жабылуының әсерінен бастау алған жобалар толықтай қаржыландырылмай тоқтап қалды. Аймақтағы инновациялық жобалар жеке қаржыны қажет ететіндіктен көптеген жобалар қаржыландырусыз қалып қойды. Мұның дәлелі: инновациялық жобаларды инвестициялаудың негізгі үлесі мекемелердің жеке қаржысына түседі – 55,1 %, республикалық бюджетке – 41,0 %, дамыту институттарының қаржысына – 3,7 %, жергілікті бюджетке – 0,2 %.

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанымыздай инвестициялық жобалар саны жыл санап артып келе жатқандығын байқаймыз. Жыл санап жобалар санының артуын аймақтағы индустриалды аймақтардың санымен де бағалауға болады. Облыс аумағында қазіргі кезде Түркістан қаласында, Шымкент қаласында және Созақ, Мақтаарал, Қазығұрт, Түлкібас аудандарында жалпы ауданы 494,8 гектарды құрайтын 6 индустриалдық аймақ пайдалануға берілген. 2016 жылдың соңына дейін

«Оңтүстік» индустриалды аймағын қоса алғанда, индустриалды аймақтар санын 11-ге дейін жеткізу жоспарланып отыр.

Кесте 1 - Индустрияландыру картасы бойынша 2010-2015 ж.ж. іске асырылған жобалар [4]

	Инвестициялық жобалар саны	Жалпы инвестиция көлемі млрд.теңге	Жұмыс орындары
2010 жылы іске асырылған жобалар	7 жоба	33 669	1 775
2011 жылы іске асырылған жобалар	24 жоба	58 057	1 235
2012 жылы іске асырылған жобалар	29 жоба	13 897	2 226
2013 жылы іске асырылған жобалар	46 жоба	41 565	3637
2014 жылы іске асырылған жобалар	43 жоба	43 295	3229
2015 жылы іске асырылу жоспарланған жобалар	223 жоба	1,2 трлн тг	33000

Жалпы инвестиция көлемі 57,4 млрд. тг. құрайтын (ҚР ТЖМ инфрақұрылымдық жобасын есепке алмағанда) 2010-2015 жж. іске қосылған жобалармен 2015 жылы 28,1 млрд. теңгенің өнімі өндірілген, оның ішінде, 27,4 млрд. теңгеге өнеркәсіп өнімі шығарылған (өңдеу өнеркәсібі өнімі көлемінің 7,8 %). Бес жылдың ішінде жаңа жобалардың есебінен 100 млрд. теңгенің өнімі өндірілді (2013 ж. – 16,1 млрд.тг., 2014 ж. – 28,1 млрд.тг, 2015 ж. - 57 млрд. тг.) Сондай-ақ, Индустрияландыру картасының іске қосылған кәсіпорындарымен мемлекеттік бюджетке 1,8 млрд.тг. астам салық төлемдері жасалған (2012 жылы – 1,5 млрд.тг.).

Индустриялық-инновациялық дамытудың екінші бесжылдық шеңберінде 2015-2019 жылдарға арналған Оңтүстік Қазақстан облысының өңірлік индустрияландыру картасы, Оңтүстік Қазақстан облысы әкімдігінің 2015 жылғы 20 наурыздағы №77 қаулысымен бекітіліп, Индустрияландыру картасына 851,2 млрд. теңгенің 104 жоба енгізілді.

Зерттеу нәтижесінде Оңтүстік Қазақстан облысындағы инновациялық жобаларды іске асырудағы мынадай кедергілердің бар екендігі анықталды: инновациялық жобаларды іске асыру үшін қаржыландырудың тек жеке меншік сектор тарапынан жүргізіліп жатқандығы; аймақтың инвестициялық әлеуеті жоғары болғанымен шетелдік инвесторлардың инвестициялық салыының төмендігі; индустрияландыру картасына енген жобалардың инновациялық бағыттан гөрі индустриялық бағыттылығы; инновациялық өнімдерді өткізу нарықтарының жоқтығы, ақпараттың аздығы;

Жоғарыда аталған мәселелер бойынша мынадай ұсыныстар айтуға болады:

- аймақтағы инновациялық жобаларды қаржыландырумен айналысатын орталық құру;
- ғылыми сыйымдылығы бар құрал-жабдық лизингін және инновациялық өнімді дамыту;
- инновациялық жобалар мен оларды іске асырушыларды конкурстық таңдау жүйесін жетілдіру;
- шағын, тиімді және тез сатылатын инновациялық жобалардың үлестік салмағын арттыру;
- инновациялық сфераға шағын кәсіпкерлік субъектілерін тарту;
- заңдық-құқықтық базаға өзгертулер енгізу;
- экономикалық ынталандыру жүйесін құру, яғни салықтық, несиелік және т.б.жеңілдіктер жасау;
- ақпаратпен қамтамасыз ету;
- ғалымдар арасында бәсекелестікті ұйымдастыру керек;
- инновациялық жобалары іске асырудағы сыбайлас жемқорлықты жою;

Әдебиеттер тізімі:

1. «Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсім, реформалар, даму» Қазақстан Республикасының Президенті – Елбасы Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы 2015.-22б.
2. Қазақстан Республикасының Ұлттық Экономика министрлігінің Статистика комитетінің электронды сайты: www.stat.gov.kz 2016.- 4б.
3. Оңтүстік Қазақстан облысының кәсіпкерлік, индустриалды-инновациялық даму және туризм басқармасының сайты <http://ontustik.gov.kz/kk/kategorii/upravlenie-predprinimatelstva-industrialno-innovacionnogo-razvitiya-i-turizma-yuzhno> 2016.- 5б.
4. 3. Оңтүстік Қазақстан облысының экономика және бюджеттік жоспарлау басқармасының сайты <http://ontustik.gov.kz/kk/kategorii/upravlenie-ekonomiki-i-byudzhethnogo-planirovaniya-yuzhno-kazahstanskoy-oblasti> 2016.- 4б.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ДАМУ

Тулеу А.Б. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазақстан – ірі аграрлы ел. Республика экономикасын дамытудың басым бағыттарының бірі ретінде ауыл шаруашылығы орасан зор әлеуетке ие. Қазақстан Республикасы Президенті Н.Назарбаев Шетелдік инвесторлар кеңесінің 28-ші жалпы отырысында сөйлеген сөзінде «Қазақстан үшін аграрлық сектор зор дәстүрлі мәнге ие – бұл біздің халықты жұмыспен қамтып отырған ең үлкен сала және болашақтағы экономикалық әртараптандырудың басты көздерінің бірі» деген болатын [1].

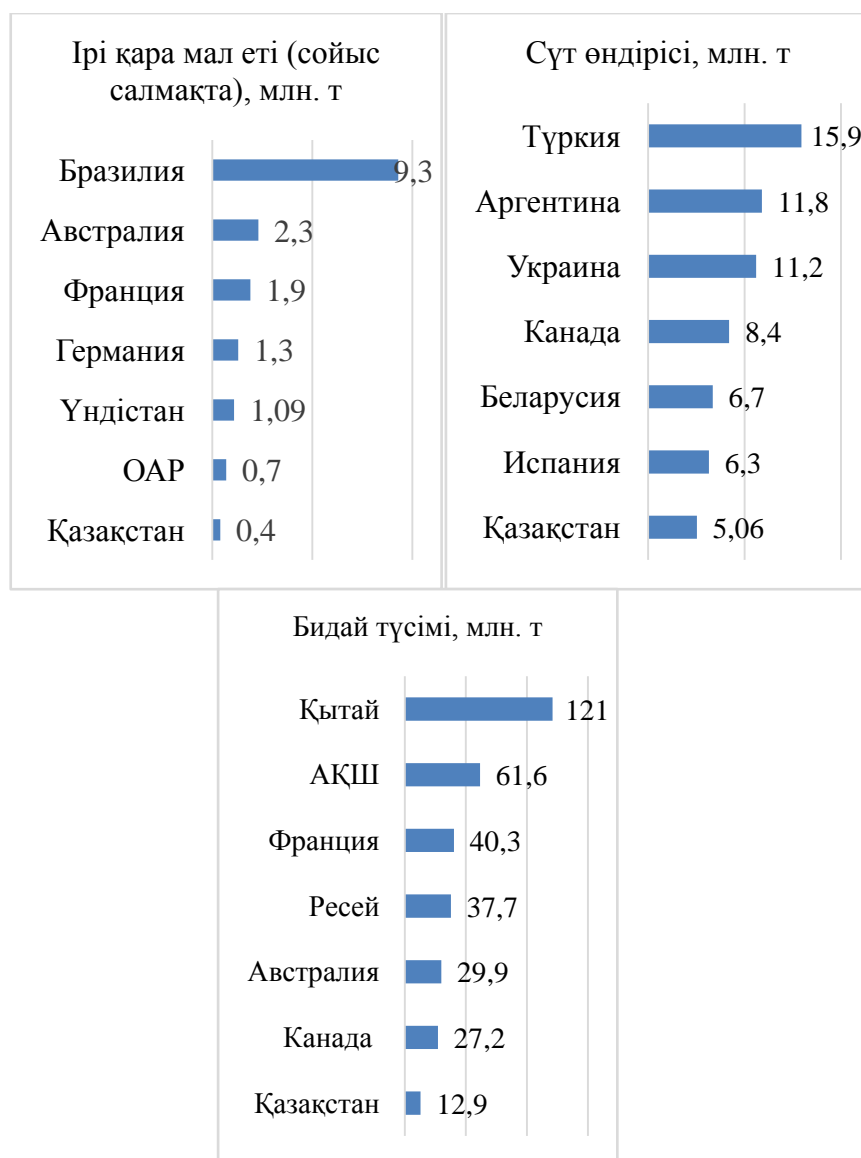
Ауыл шаруашылығы инновацияларды енгізуге өте қабілетті сала болып табылады. Себебі, аграрлық өндірістің қарқындылығы, еңбек өнімділігі, өнім сапасы, табыс деңгейі енгізілген инновациялар деңгейіне байланысты болады. Ауыл шаруашылығындағы инновацияларға өндіріс тиімділігін арттыруға ықпал жасайтын жаңа технологиялар, жаңа техника, өсімдіктердің жаңа сұрыптары, жануарлардың жаңа тұқымдары, өсімдіктер мен жануарларды қорғаудың жаңа құралдары мен әдістері жатады. Саланың инновациялық дамуының түпкі мақсаты болып инновациялық типтегі аграрлық экономиканың құрылуы табылады.

Қазақстан Республикасы ауыл шаруашылығының ағымдағы жағдайын талдайтын болсақ, 2015 жылы елдің жалпы ішкі өнімі көлеміндегі ауыл шаруашылығы өнімінің үлесі 4,8%-ды құрады. Ауыл шаруашылығы өнімдерінің жалпы шығарылымы 2015 жылы 24,3 % артып, 3,3 трлн. тг асқан болатын, 2010 жылмен салыстырғанда өсім 57,6 % болды [2].

Ауыл шаруашылығын қолдауға мемлекеттік бюджеттен 2015 жылы 227 млрд. тг бағытталды, өткен жылмен салыстырғандағы өсім 9% құрады. Дамыған елдерде мемлекеттік бюджеттің шығыс бөлігінде ауыл шаруашылығын қолдау көлемі Жапонияда – 65%, ЕО елдерінде – 49%, АҚШ-та – 24%, Канадада – 20%. Қазақстанда 2015 жылы мемлекеттік бюджет шығындары 6,8 трлн. тг құрап, ауыл шаруашылығы саласының үлесі 3,3% болды.

Елдің азық-түлік өнімдерімен қамтамасыз етілуін бағалау критерийі бойынша жалпы тұтынушылық көлемге қатысты қарағанда отандық азық-түлік өнімдерінің үлесі 80-85% болуы тиіс. 2015 жылы 2011 жылмен салыстырғанда импорттың көлемі 194,5% өсті. Экспорттың орташа жылдық өсу қарқыны - 15,9%, импорт - 27,4% құрады. Қарастырылып отырған бес жылдықта импорттың көлемі экспорттан айтарлықтай жоғары. Отандық өнімдердің ішкі нарықтағы меншікті салмағы 2011 жылдан бастап түсіп жатыр. Сөйтіп, отандық өнімдердің үлесі 2011 жылы 80,0% құрады, 2015 жылы – 73,0% болды. Импортқа тәуелділік – 27% құрады [2]. Азық-түлік нарығындағы отандық өндірістің үлесі 60-80% аралығында болса, азық-түлік қауіпсіздігінің деңгейі жеткіліксіз болып саналады. Салыстыру үшін, азық-түлікпен өзін-өзі қамтамасыз ету деңгейі Италияда - 78%, АҚШ пен Францияда 100%, Германияда – 93 %.

Қазақстанда ауыл шаруашылығы өнімділігінің көрсеткіштері халықаралық көрсеткіштерден бірнеше есе төмен. Оны 1-суреттегі мәліметтер айқындайды.







Сурет 1 – Ауыл шаруашылығы өнімдерінің жеке түрлерінің өндірісін салыстыру
Ескерту: [2;3] әдебиеттер негізінде автор құрастырған

Қазақстанның ауыл шаруашылығы негізгі технологиялық бағыттардың көбі бойынша қалыс қалып жатыр, жоғары технологиялардың қолданылуы төмен деңгейде, әсіресе тыңайтқыштар мен өсімдіктерді қорғау құралдарын, суару жүйелерін қолдану, асыл тұқымды мал үлесі жеткіліксіз және ұсақ фермерлік шаруашылықтар басым (кесте 1).

Кесте 1 – Ауыл шаруашылығында техникалық алшақтықтың ағымдағы деңгейін бағалау

Факторлар	Ағымдағы техникалық деңгей	Түсіндірме	Шығарылымның өсу әлеуеті
Тұқым шаруашылығы		Бейімделмеген сұрыптар импортталады, отандық тұқымдар сапасы төмен, өздігінен өну үлесі жоғары.	+ 80-120% - өнімділік өсімі
Өсімдіктерді қорғаудың химиялық құралдары (ӨҚР)		Жеткіліксіз мөлшерде қолданылады (га-ға 1,2 мың тг, дамыған елдерде га-ға 3,7 мың тг).	+ 20-50% - өнімділікті сақтау арқасында егін көлемі артады.
Минералды тыңайтқыштар		Минералды тыңайтқыштарды қолдану батыс елдері деңгейінен 10 есе аз, әсіресе фосфор тыңайтқыштары.	+ 30-60% - өнімділік пен өнім сапасы артады

Тамшылатып суару		Егіншілік жерлердің 30% ғана қолданылуы мүмкін.	+ 20-40% - құрғақшылық әсерін азайту арқасында Кейбір дақылдар үшін өнімділік бірнеше есе өседі.
Комбайндар		Ірі шаруашылықтар импорттық техниканы қолданады.	+20-30% - құрастыру кезінде шығыстарды азайту арқылы және ұсақталған дәндер үлесінің төмендеуі.
Аспалы құрал-жабдық		Бейімделмеген техника қолданылады.	+30-70% - өнімділік өсімі жанар-жағармай материалдарына шығындар 50-70% дейін қысқарады.
Асыл тұқымды мал		Асыл тұқымды мал үлесін 2-5%-дан 15% (дамыған елдер деңгейі) дейін арттыру керек; мамандандырылған асыл тұқымды шаруашылықтарды құру қажет.	+ 20-50% мал өнімділігінің жақсы көрсеткіштері арқылы
Малды ұстау		Мал шаруашылығы өнімінің үлкен бөлігі мал ұстау технологияларын қолданбайтын жеке қосалқы шаруашылықтарда және кішігірім фермерлік шаруашылықтарда өндіріледі.	+10-30% аз ауруға шалдығу мен массалық өсудің жақсы көрсеткіштері арқылы
Вакциналар мен тест-жүйелер		Мемлекеттік бағдарлама аясында төмен сапалы импорттық құралдар қолданылады.	+10-30% аурулардың қысқаруы арқасында
<p> – ескірген технологиялар қолданылады</p> <p> – өндірушілердің ширек бөлігі заманауи технологияларды қолданады</p> <p> – өндірушілердің жартысына жуығы заманауи технологияларды қолданады</p>			
<i>Ескерту: [4] әдебиет негізінде автор құрастырған</i>			

Қазіргі таңда машиналар мен жабдықтардың абсолютті санының өсу серпініне қарамастан ҚР-дағы ауыл шаруашылығы техникасы паркінің

80%-ы тозған. Қазіргі уақытта пайдаланудың нормативтік мерзімі 8-10 жыл кезінде 80%-дан астам астық жинау комбайндары мен тракторларының орташа пайдаланылған жылы 13-14 жыл, 62% астық жинау комбайндары, 89% тракторлар және 90% тұқым себетін машина есептен шығаруға жатады. Қолда бар техниканың техникалық әзірлік коэффициенті 0,7-ден аспайды және техника бірлігіне жүктеме нормативтен 1,2-1,6 есе артық [5].

Қазақстанда 2014 жылы жалпы 154,9 мың трактор, 44,2 мың комбайн, 89,0 мың тұқым себетін машина, 3,3 мың егістік кешендері қолда болды. Егер елде бар 173,5 мың шаруа немесе фермер қожалықтарына бөлетін болсақ, орташа бір қожалыққа 1 трактордан, 4 қожалыққа – 1 комбайннан, 2 қожалыққа – 1 тұқым себетін машина, 52 қожалыққа – 1 егістік кешені тиеді. АӨК субъектілері сатып алған техниканың 3% ғана отандық өндірістен шыққан, қалған 97% импорттық техника болып табылады.

Қолда бар техниканың пайдалану мерзімі ұзақ болғандықтан олардың тозу пайызы да жоғары. Егістік кешендердің пайдаланылуы ғана 10 жылға дейін болып отыр (сурет 2).

Зерттеу нәтижесінде, отандық ауыл шаруашылығының даму деңгейі дамыған елдерден едәуір артта, әлемдік нарықтағы бәсекеге қабілеттілігі әлі де төмен, мемлекеттік бюджеттің шығыс бөлігінде саланы қолдау көлемі жеткіліксіз, өнімнің көптеген түрлері бойынша Қазақстан импортқа тәуелді, ауыл шаруашылығы өндірісінің техникалық жарақтандырылуының қазіргі деңгейі оны дамытудың тежеуші факторы, инновацияларды енгізу баяу іске асырылып жатқандығы анықталды.

Жоғарыда аталған мәселелерді шешу үшін мынадай ұсыныстар жасауға болады:

✓ Шағын қожалықтардың кооперацияға бірігуін ынталандыру. Мүмкіндігі зор кәсіпорындарда ғана инновациялық технологиялар мен ғылыми жобалардың нәтижелерін енгізуге және жаңа форматтағы мамандарды сонда жұмысқа орналастыруға болады. «Ауыл шаруашылығы кооперативтері» туралы заң барлық кедергілерді жоюы тиіс. Кооперациялар ауылдық жерде тұратын халықтың әлеуметтік жағдайын жақсартуға, ауыл шаруашылығы жерлерін тиімді пайдаланып, құнарлылығын арттыруға, адам капиталын жоғарылатуға, азық-түлік қауіпсіздігін сақтауға ерекше ықпал етеді. Кооперативке қатысушылар экономикалық тұрғыдан дербес болуы, өзінің өндірістік құралдарының иесі болуы, өзі өндірген өнімге иелік етуі және әрбір кооператив мүшесінің мүлкітік не жер пайымен қосқан үлесіне сай түскен пайданы өзара бөлісуі тиіс.

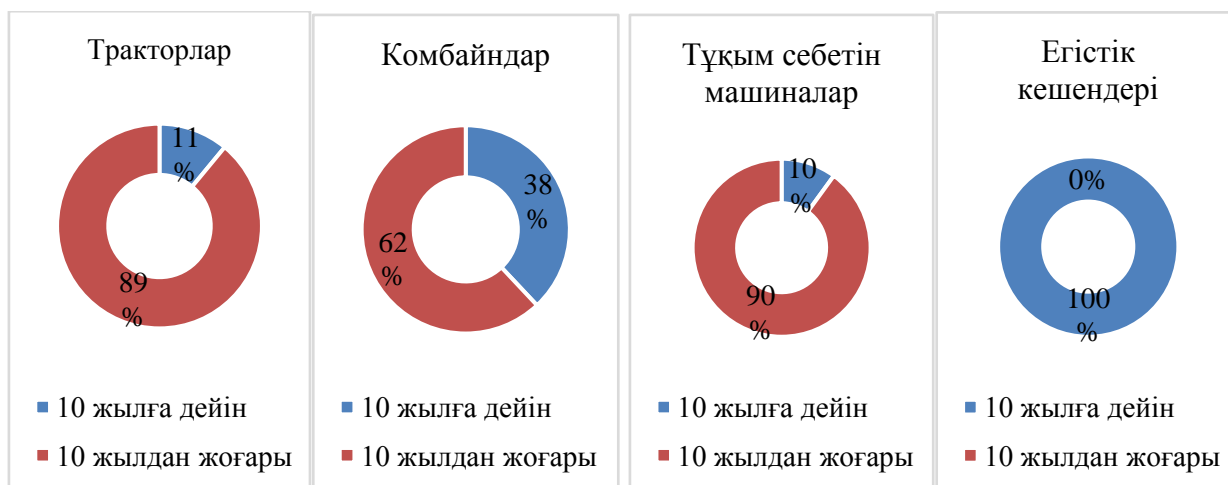
✓ Инновациялық дамудың маңызды бағыты инновациялық-технологиялық орталықтар, агротехнопарктер, инновация трансферті орталықтары, бизнес инкубаторлар, ақпараттық және телекоммуникациялық құрылымдар объектілерінен тұратын инновация құрылымын дамытуға ықпал ету.

✓ Мемлекет тарапынан ауыл шаруашылығын заңдық тұрғыдан бекітілген экономикалық және саяси қолдауын жүзеге асыру. Мемлекеттік бюджеттің шығыс бөлігінде ауыл шаруашылығын қолдау көлемін 10% дейін жеткізу. Мемлекеттік қолдау тиімділігін арттыру мақсатында субсидиялау жүйесін жетілдіру қажет. Агроөнеркәсіптік кешенді субсидиялау тетіктерін табысты іске асыру үшін «Агробизнес-2020» бағдарламасының толық көлемде қаржыландырылуын қамтамасыз ету қажет.

✓ Лизинг жүйесін дамыту. АҚШ тәжірибесін енгізу. Мұнда фермерлер техниканы сатып алмай, комбайндарды, тракторларды, сепкіштерді лизинге алуға тырысады. Көбісі мынадай сызба бойынша жұмыс жасайды: техниканы бір жылға алып, кейін оны дилерге қайтарады да, қосымша төлеу арқылы қайтадан жаңасын алады. Бұл фермерлерге ескірген техниканы өзінде жинамай, жыл сайын қуатын арттыруға мүмкіндік береді. Дилерге де пайдасы бар, ол осы техниканы ұсақ фермерлерге сатады немесе лизингке береді.

✓ Инновация трансферті және оны қолдану бойынша кадрлар дайындау. Жас мамандарды аграрлық ғылымға тарту үшін сыйақы беру және ауылдық өңірлерге ынталандыру және тарту, сондай-ақ ғылыми қызметкерлерді әлеуметтік қолдау жүйесін күшейту, қажетті кадрлардың саны мен сапасына талдау жүргізу, оларға қажеттілікті анықтап, аграрлық саладағы ірі корпорацияларға қажетті маман дайындау үшін компания есебінен грант бөлуді қарастыру қажет.

✓ Ашық инновация саясатын жүзеге асыру жағдайында инновация нарығына үздіксіз мониторинг жүргізу және олардың коммерциялық әлеуетін бағалау. Аталған жүйе ғылым, техника мен технологияның маңызды бағыттарын анықтауға мүмкіндік береді. Мониторинг жүйесі барлық жоғары тиімді аграрлық кәсіпорындарды қамтуы, жоғары оқу орындарымен, ғылыми ұйымдармен, жергілікті әкімшіліктермен тығыз байланыста болуы тиіс. Бұл аграрлық университеттер мен ғылыми ұйымдарды ауыл шаруашылық кәсіпорындарының тапсырыстарын орындауға бейімделуге, ғылыми сектордан аграрлық секторға технология трансфертін жүзеге асыруға, аймақтар арасындағы және ЖОО арасындағы байланысты ынталандыруға, аграрлық сектордың бәсекелік қабілеттілігін арттыруға ғылым секторын тартуға жағдай жасайды.



Сурет 2 – Пайдалану мерзімі бойынша ауыл шаруашылығы техникасы паркінің құрылымы
Ескерту: [5] әдебиет негізінде автор құрастырған

Қорытындылай келе, жаһандану кезеңінде бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ету үшін ауыл шаруашылығына қомақты қаржының құйылуын талап ететін, қымбат, жаңа инновациялық технологияларды шұғыл түрде ендіру қажеттілігі күн санап артуда. Бүгінгі жағдайда ғылым мен техника жетістіктерін ендіру арқылы ауыл шаруашылығы өндірісін барынша жаңғыртуға, бұл саланы көтеруге және әлемдік нарықта өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуге болады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Назарбаев Н.Ә. Шетелдік инвесторлар кеңесінің 28-ші жалпы отырысында сөйлеген сөзі // <http://www.akorda.kz>. – 2015.
2. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі Статистика комитетінің ресми электронды ресурсы: <http://www.stat.gov.kz>.
3. БҰҰ-ның азық-түлік және ауыл шаруашылық ұйымының ресми электронды ресурсы // <http://faostat.fao.org>.

4. Бейсенгалиев Б.Т. Инновационно-технологическое развитие агропромышленного комплекса Казахстана: теория и практика // Автореф. дис. на соискание уч. степени доктора экон. наук. – Астана, 2010. – 120 с.
5. «ҚазАгро» Ұлттық басқарушы Холдингі» АҚ ресми электронды ресурсы // <http://www.kazagro.kz>.

ПЛАНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КАРЬЕРЫ

Тыныбекова А.С. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Каждый человек в определённый момент начинает серьёзно задумываться о своём будущем, о будущей карьере. Знания о том, что такое карьера, какие существуют виды и модели карьеры, как управлять карьерой, а также знание своих способностей, слабых и сильных сторон помогут ему выбрать работу в организации, которая предоставляет ему возможности профессионального роста и повышения уровня жизни; получать более высокую степень удовлетворения от работы; чётче представлять личные профессиональные перспективы, планировать другие аспекты жизни; целенаправленно готовиться к будущей профессиональной деятельности; повысить конкурентоспособность на рынке труда.

Планирование карьеры состоит в определении целей профессионального развития сотрудника и путей, ведущих к их достижению. Реализация плана развития карьеры предполагает, с одной стороны, профессиональное развитие сотрудника, т.е. приобретение требуемой для занятия желаемой должности квалификации, а с другой - последовательное занятие должностей, опыт работы на которых необходим для успеха в целевой должности. Во многих больших организациях есть стандартные карьерные лестницы, которые ведут к постам генерального директора, его заместителей и других высших руководителей, а также ключевых функциональных специалистов.

Карьера – продвижение вперед по однажды выбранному пути деятельности, например, получение больших полномочий, более высокого статуса, престижа, власти, денег. «Сделать карьеру», для нас, прежде всего означает добиться престижного положения в обществе и высокого уровня дохода.

Однако нельзя связывать карьеру только с продвижением по службе. Это понятие можно применить и к другим жизненным ситуациям. Понятие карьеры нельзя связывать только с работой, можно говорить о карьере как роде занятий, деятельности. Например, карьера менеджера, спортивная карьера, военная карьера, артистическая карьера, карьера домохозяйек, матерей, учащихся. Жизнь человека вне работы имеет значительное влияние на деловую карьеру, является ее частью [1].

Можно дать сведущую классификацию видов карьеры:

Карьера вертикальная – вид карьеры, с которым чаще всего связывают само понятие деловой карьеры, так как в этом случае продвижение наиболее зримо. Под вертикальной карьерой понимается подъем на более высокую ступень структурной иерархии (повышение в должности, которое сопровождается более высоким уровнем оплаты труда).

Карьера горизонтальная – вид карьеры, который предполагает либо перемещение в другую функциональную область деятельности, либо выполнение определенной служебной роли на ступени, не имеющей жесткого формального закрепления в организационной структуре (например, выполнение роли руководителя временной целевой группы, программы); к горизонтальной карьере можно отнести также расширение или усложнение задач на прежней ступени, как правило, с адекватным изменением вознаграждения. Понятие горизонтальной карьеры не означает непрерывное и постоянное движение вверх по организационной иерархии.

Карьера ступенчатая – вид карьеры, который совмещает в себе элементы горизонтальной и вертикальной видов карьеры. Продвижение работника может осуществляться посредством чередования вертикального роста с горизонтальным, что дает значительный эффект. Такой вид карьеры встречается довольно часто и может принимать как внутриорганизационные, так и межорганизационные формы.

Карьера скрытая – вид карьеры, являющийся наименее очевидным для окружающих. Он доступен ограниченному кругу работников, как правило, имеющих обширные деловые связи вне организации. Под центрированной карьерой понимается движение к ядру, руководству организации. Например, приглашение работника на недоступные другим сотрудникам встречи, совещания как формального, так и неформального характера, получение сотрудником доступа к неформальным источникам информации, доверительные обращения, отдельные важные поручения руководства. Такой работник может занимать рядовую должность в одном из подразделений организации. Однако уровень оплаты его труда существенно превышает вознаграждение за работу в занимаемой должности [2].

Можно сделать следующие выводы по карьере и видам карьеры:

1. Понятие карьеры нельзя связывать только с работой, так как жизнь человека вне работы и роль, которую он играет в этой жизни, имеет существенное влияние на карьеру, являясь ее частью.

2. До последнего времени существовало негласное табу на исследования в области карьеры.

3. Карьера имеет свои движущие мотивы, которые с возрастом и ростом квалификации обычно меняются.

Голланд выделяет шесть типов людей:

1. Реалистический – люди, имеющие атлетические или механические способности, любят работать с предметами, машинами;

2. Исследовательский – люди, любящие наблюдать, учиться, исследовать, анализировать, решать;

3. Артистический – люди, любящие работать в неформализованных ситуациях, используя свои богатые способности интуиции, творчества, воображения;

4. Социальный – люди искусные в речах, любящие работать с людьми, целенаправленно избегают систематическую деятельность, включая механическую;

5. Предпринимательский – люди, которые любят оказывать влияние, управлять людьми ради организационных или экономических выгод;

6. Стандартный – люди, любящие работать с фактами, данными, обладающие способностью к вычислениям и расчетам, следующие инструкциям.

Предложенная им классификация является одной из наиболее популярных типологий, используемых на практике профконсультаций на Западе.

Управление карьерой сотрудников – мероприятие, требующее определенных материальных затрат со стороны компании. Но эти затраты с лихвой окупаются конкурентными преимуществами, которые компания получает взамен. Персонал, пожалуй, самый важный вид ресурсов из имеющихся в распоряжении любой организации. Следовательно, затраты на его развитие являются не чем иным как инвестициями в стабильное и успешное «завтра» компании.

Отдел человеческих ресурсов играет роль профессионального консультанта и одновременно осуществляет общее управление процессом развития карьеры в организации.

После приема на работу специалисты по человеческим ресурсам проводят обучение нового сотрудника основам планирования и развития карьеры, разъясняют принципы партнерства, ответственность и возможности участвующих в нем сторон.

Обучение преследует две основные цели: 1) сформировать заинтересованность сотрудников в развитии карьеры и 2) предоставить им инструменты для начала управления собственной карьерой.

Следующим этапом является разработка плана развития карьеры. Сотрудник должен определить собственные профессиональные интересы и методы их реализации, т.е. должность (должности), которую бы он хотел занять в будущем. После этого ему нужно сопоставить собственные возможности с требованиями к интересующим его должностям и определить, является ли данный план развития карьеры реалистичным, и если да, то продумать, что ему необходимо для реализации этого плана. На данном этапе сотрудник нуждается в квалифицированной помощи со стороны отдела человеческих ресурсов и собственного руководителя, прежде всего, для определения своих возможностей и недостатков, а также методов развития. Многие организации проводят специальное тестирование для выявления сильных и слабых сторон своих сотрудников, результаты которого оказывают существенную помощь в планировании карьеры. Участие руководителя в процессе планирования карьеры позволяет не только провести определенную проверку на соответствие реальности карьерных ожиданий сотрудника, но и вовлечь руководителя в процесс развития карьеры данного сотрудника с самого начала и тем самым заручиться его поддержкой.

Таким образом, управление деловой карьерой сотрудников – одно из приоритетных направлений в работе с персоналом. И если в западных компаниях работа в данной области ведется постоянно и уже довольно давно, то для Казахстанского бизнеса – это понятие еще довольно новое.



Рисунок 1 – Процесс управления карьерой в современной организации
Примечание - составлено автором на основании источника [3].

Список литературы:

1. Управление персоналом / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. – М.: Юнити, 2014
2. Управление персоналом организации/ Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: Инфра-М, 2010
3. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. – М.: «Интел- Синтез», 2011

ЛОГИСТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РК

Тышканбаева М.Б. – к.ф.-м.н., доцент

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Нефтегазовая отрасль Казахстана занимает ключевое место в национальной экономике рспублики. Статистические данные о нефтедолларах говорили об успешности национальной экономики, что в результате были заявлены: проведение Экспо-2017, Всемирный нефтяной совет, Зимняя Олимпиада и т.д. Но низкие цены на нефть привели к заметному спаду экономики Казахстана, несмотря на это многие нефтедобывающие компании работают в прежнем режиме.

По итогам 2015 года в Казахстане добыто 79,5 млн. тонн нефти и газоконденсата, что на 1,4% меньше по сравнению с прошлым годом. Пик добычи казахстанской нефти приходился на 2013 год, после которого наблюдается небольшой темп спада. На 2016 год запланировано добыть 77 млн. тонн нефти (рис.1).

В Казахстане насчитывается Топ-20 нефтедобывающих компании, где трудятся 251 326 сотрудников.

В мае 2016 года добыча нефти и газового конденсата в целом по Казахстану составила 6 167,4 тыс. тонн, где 5 849,7 тыс. тонн составная нефти и 317,7 тыс. тонн газового конденсата. Суточные показатели НГО РК за 28.10.2016 имеет вид (таб. 1) [1]:

Добыча нефти и газового конденсата, тыс. тонн	226,6
Добыча газа, млн. куб. м	140,3
Переработка нефти на НПЗ РК тыс. тонн	29,9

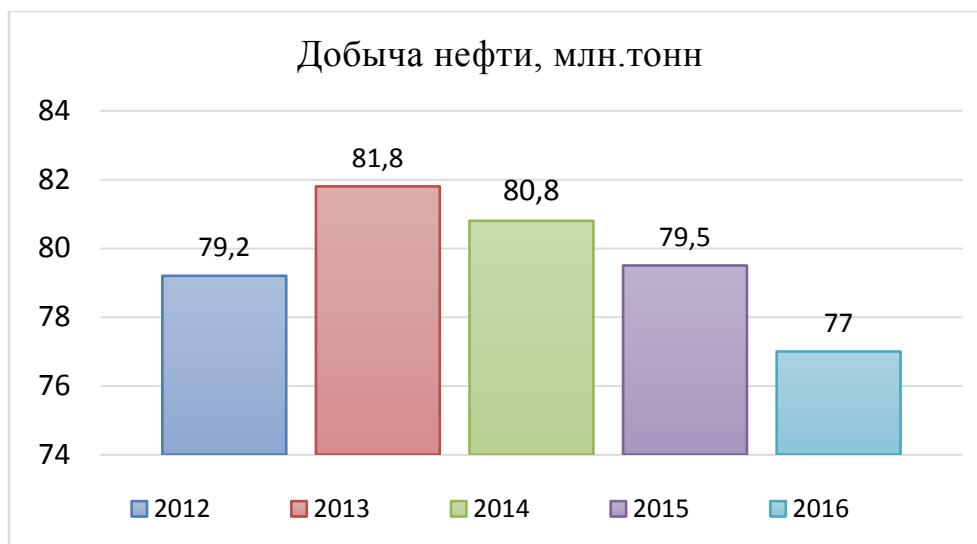


Рисунок 1 – Добыча нефти по годам 2012-2016 в РК
Источник: <http://yvision.kz/post/677935>

Каково должно быть логистическое управление нефтегазовой отрасли?

Очевидно первый шаг - использование системного подхода при логистизации отрасли. С позиции системного подхода и с учетом действия возмущающих факторов логистическая система (ЛС) идентифицируется как «адаптивная система с обратной связью, выполняющая определенные логистические функции и операции, направленные на достижение стоящих целей по товародвижению, состоящая из нескольких подсистем и имеющая развитые связи с внешней средой» [2]. Если детализировать данную формулировку то ЛС можно представить, как некоторый объект, преобразующий входящие в него материальные, финансовые, информационные потоки, т.е. некая кибернетическая система, модель которой представлена на рисунке 3.

Кортеж $\langle X, R, C \rangle$ представляет собой векторы параметров входящих материального $X = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$, информационного $R = \{r_1, r_2, \dots, r_p\}$ и финансового $C = \{c_1, c_2, \dots, c_k\}$ потоков. $F = \{f_1, f_2, \dots, f_l\}$ – вектор внешних возмущений (воздействий окружающей макро- и микроэкономической среды); $Z = \{z_1, z_2, \dots, z_s\}$ – вектор параметров состояния ЛС. Выходной кортеж $\langle Y', R', C' \rangle$ представляет выходные векторы параметров материального (Y), информационного (R) и финансового (C) потоков, размерность которых в общем случае может не совпадать с размерностью входных векторов.

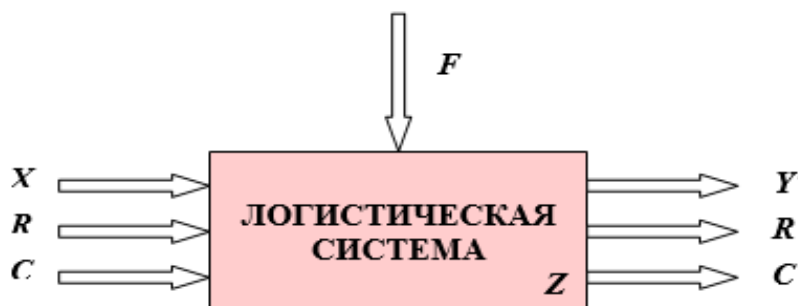


Рисунок 2 – Кибернетическая модель логистической системы

Часть параметров вектора R представляет управляющую информацию, поступающую от субъектов управления в ЛС.

Как известно из теории систем, понятие «система» достаточно емкое, четко сформулированное, но вместе с тем применение этого термина весьма относительное. Так, например, по отношению к внешней среде любое промышленное предприятие можно считать системой, состоящей из функциональных и обеспечивающих подсистем (материально-технического обеспечения, оперативного управления основным производством, управления сбытом и реализацией продукции и других вспомогательных подсистем – по определенным функциям управления; информационного, технического, правового, социального обеспечения и других – по созданию и поддержанию соответствующих условий для эффективного управления предприятием). С другой стороны, каждую из подсистем можно рассматривать в качестве отдельной системы, например, система оперативного управления производством, система управления качеством продукции, система информационного обеспечения и другие. В то же время само предприятие рассматривается как подсистема системы управления отраслью промышленности или подсистема территориального (регионального) управления.

Точно так же можно достаточно широко трактовать понятие «логистическая система». В качестве такой системы в нефтегазовой отрасли может формироваться:

а) предприятие по поисковым работам – проектная единица со множеством звеньев в совокупности с транспортной организацией и предприятием–поставщиком материала (оборудования);

б) предприятие по добыче нефти с организацией его внутренних и внешних материальных потоков в процессе производства нефти;

в) предприятие - производитель по нефтегазопереработке в совокупности с транспортной организацией, оптовой базой, внутренним и внешним покупателем.

Вариантов формирования логистических систем может быть достаточно много, при этом субъект исследования (управления) должен исходить из наличия связующего элемента, объединяющего входящие подсистемы в одно целое, в систему. Этим связующим элементом в логистических системах является общность перемещаемого материального потока.

Системы характеризуются не только единством цели, но и общими целенаправленными правилами взаимоотношений подсистем как частей системы. Для разных предприятий, объединяемых в логистическую систему, характерны разные экономические интересы и приоритеты, но очевидно, что их взаимоотношения, закрепляемые договоренностями на правовой основе, будут действительно способствовать достижению общей цели.

Для исследования логистического управления современного предприятия нефтегазовой отрасли необходимо изучить его как материалопроводящую среду. Логистическая система, как правило, состоит из нескольких подсистем и имеет развитые связи с внешней средой.

Структура предприятия нефтегазовой отрасли включает в себя систему подразделений, выполняющих различные функции, представляя собой макрологистическую систему, это – предприятия осуществляющие поисковые работы; бурение, т.е. добыча нефти; переработка; предприятия реализации.

Предприятия осуществляющие поисковые работы имеют очень сложную структуру и объединяют разные отрасли.

Основной деятельностью нефтегазовых предприятий добычи является эксплуатация нефтяных и газовых месторождений. Особенностью здесь является удаленность отдельных месторождений и скважин. Как промышленное предприятие его особенность –непрерывность производства. Здесь очень важна концепция «точно в срок».

Предприятия переработки более скомпонованы и расположены в логистических узлах.

Предприятия реализации продуктов добычи и переработки представляют собой разветвленные к потребителям сетевые распределительные компании.

В любом из выше названных предприятия нефтегазовой отрасли объект – материальный поток, а предметом является оптимизация его движения.

Вопросам оптимизации материальных потоков предприятий посвящены довольно большое количество работ [3]. Отдельные авторы рассматривали проблемы движения материальных потоков нефти. Но в работах этих ученых недостаточно рассмотрены проблемы внутрипроизводственной транспортировки нефтяных грузов. Что же касается проблемам логистического подхода в проектах по буровым работам, то можно утверждать, что они вовсе отсутствуют [4].

Методология исследования материального потока в производстве является общеизвестная схема, где рассматриваются входящие, выходящие, обратные и сопутствующие потоки [4,5]. Схематично эти потоки можно представить следующем образом (см.рис.3).

На представленной схеме стрелки обозначают потоки: материальные, информационные, энергетические. Подробный анализ потоков включает:

1. Основные функции по управлению материально-технических ресурсов (МТР):

- планирование потребностей,
- осуществление закупок,
- распределение,
- хранение,
- организация учета.

2. Классификация ресурсов:

- по номенклатуре,
- по назначению,
- по стоимости,
- по временным параметрам.

3. Планирование потребностей в ресурсах и нормирование потребностей.

4. Организация распределения и хранения ресурсов

5. Проблемы учета движения МТР.



Рисунок 3. Основные и вспомогательные потоки производственного процесса нефтегазовой отрасли

Для исследования материальных и сопутствующих потоков любого производственного процесса нужно, прежде всего, изучить сам процесс. С этой целью необходимо ознакомиться особенностями нефтегазовой отрасли. При использовании логистического подхода организации производственного процесса нужно всегда исходить из системного анализа нефтегазового комплекса.

Список литературы:

1. Материалы Информационно-аналитического центра нефти и газа, сайт компании <http://iacng.kz/ru/analytics/oil-production-in-kazakhstan.php>
2. Гаджинский А. М. Логистика [учебник для высших и средних специальных учебных заведений] / А. М. Гаджинский. - М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2009. - 228 с.
3. Кулжабай Н.М., Тышканбаева М.Б., Исмаилова Р.Т., Ботаева С.Б. Логистика/ учебное пособие, Алматы: изд. КазНТУ им.К.И.Сатпаева, 2014, 393 с.
4. Тышкабаева М.Б., Турганбаев А. Логистика материально-технического обеспечения проекта поисковой сверхглубокой скважины/ Материалы X Международной научно-практической конференции «Логистика-Евразийский мост», 2015. - стр. 550-555
5. Тышкабаева М.Б., Турганбаев А. Логистическое обеспечение буровых работ нефтяного месторождения/ Материалы XI научно-практической конференции «Логистика-Евразийский мост», г. Красноярск, Россия, 2016 г., часть 2, стр. 273-278

ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА

Джулаева А.М. – к.э.н., доцент
Тумбай Ж.О. – к.э.н., доцент

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

На этапе кризисных явлений, в котором пребывает Казахстан, значительно возрастает роль инноваций и необходимость радикальных преобразований в научно-технической сфере, освоения современной техники и технологии в целях формирования конкурентоспособной экономики, перехода к индустриально-инновационному развитию экономики, ориентация на поддержку высокотехнологичных производств, сектора малого и среднего предпринимательства.

Во второй половине прошлого столетия в мировом хозяйстве начался активный процесс перехода национальных экономик развитых стран на инновационный путь развития. Так, в США в прошлом столетии за счёт факторов научно-технического прогресса прирост ВВП превысил 50%, а сейчас он достиг 80-95%. Поэтому в Стратегии – 2050 особо отмечается необходимость формирования в стране новой инвестиционной политики. Её основу должны составить привлечение частных инвестиций с акцентом на транснациональные корпорации; формирование региональных драйверов экономического роста; активное освоение экспортных ниш на мировом и региональном рынках; максимальное развитие системы подготовки технических кадров; повышение инновационного потенциала казахстанской экономики.

Процесс переориентации казахстанской экономики на инновационные путь развития приходится на начало первого десятилетия XXI века. 3 июля 2002 года был принят Закон РК «Об инновационной деятельности». В нём были даны определения таким понятиям, как «государственная инновационная политика», «инновационная деятельность», «инновация» и т.д. Целью государственной инновационной политики Казахстана была определена создание в стране сбалансированной производственной инфраструктуры, обеспечивающая преобладание в различных областях производства и сферах управления обществом конкурентоспособной, высоко - технологичной продукции (работ, услуг).

Было установлено, что государственная инновационная политика формируется и реализуется исходя из признания приоритетности инновационной деятельности для повышения конкурентоспособности экономики, а принципами государственной инновационной политики являются стратегическая ориентация Республики Казахстан на инновационный путь развития; государственная поддержка инновационных программ и проектов; подготовка высококвалифицированных кадров для инновационной деятельности; свобода получения и распространения информации об инновационных потребностях и результатах научно - технической и инновационной деятельности. В документе также нашли своё отражение такие вопросы, как формы государственной поддержки инновационной деятельности; содержание инновационной деятельности; субъекты и объекты инновационной деятельности; источники финансирования инновационной деятельности и др.

В связи с принятием 23 марта 2006 года Закона РК «О государственной поддержке инновационной деятельности» вышеупомянутый закон утратил силу. В него впервые были включены такие новые понятия, как «инновационный грант», «институты инновационного развития», «технологический парк» и т.д. Также уточнены и конкретизированы цели государственной инновационной политики, раскрыта дефиниция понятия «принципы реализации государственной поддержки инновационной деятельности».

Так, целями реализации государственной поддержки инновационной деятельности провозглашалось развитие инновационного потенциала Республики Казахстан; увеличение доли высокотехнологичной продукции в структуре валового внутреннего продукта; содействие переходу экономики Республики Казахстан на путь инновационного развития, основанного на внедрении и использовании наукоемких технологий.

Их достижение предусматривалось через реализацию таких принципов, как государственной поддержки инновационной деятельности, как соблюдение национальных интересов при осуществлении инновационной деятельности; равенство субъектов инновационной деятельности при получении государственной поддержки инновационной деятельности; комплексность и системность, обеспечивающие постоянное взаимодействие субъектов инновационной деятельности; прозрачность процедур государственной поддержки инновационной деятельности.

Отличительной особенностью рассматриваемого Закона являлось то, что он содержал такие новые разделы, как основные направления и формы государственной поддержки инновационной

деятельности, инновационная инфраструктура, Национальный инновационный фонд. Их введение в данный нормативно-правовой акт говорило о том, что государство переходило к активной фазе институциональной и финансовой поддержки инновационной деятельности в стране, а также о начале формирования целостной отечественной национальной инновационной системы.

Указом Президента Республики Казахстан от 17 мая 2003 года была утверждена «Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы». Главной её целью являлось обеспечение достижения устойчивого развития страны, способствующего отходу от сырьевой направленности, путем дальнейшей модернизации, диверсификации и повышения конкурентоспособности национальной экономики, подготовка условия для перехода в долгосрочном плане к сервисно-технологической экономике. Одним из ожидаемых результатов от реализации Стратегии было увеличение в экономике страны доли наукоемких и высокотехнологичных производств.

25 апреля 2005 года постановлением Правительства РК была принята Программа по формированию и развитию национальной инновационной системы РК на 2005-2015 гг. В соответствии с ней реализовать программу предусматривалось в четыре этапа: первый этап - 2005-2007 годы - формирование НИС с активным участием государства; второй этап - 2008-2010 годы - совершенствование механизмов взаимодействия и функционирования элементов НИС; третий этап - 2011-2013 годы - устойчивое развитие НИС с уменьшением доли государственных расходов и ростом частных инвестиций, и, наконец, четвертый этап - 2014-2015 годы - "выход" государства из венчурных фондов и инновационных проектов.

Это постановление утратило силу с принятием Постановления Правительства Республики Казахстан от 14 апреля 2010 года № 302 «Об утверждении Плана мероприятий Правительства Республики Казахстан по реализации Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010 - 2014 годы».

В связи с принятием 19 марта 2010 года Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию (ГПФИИР) Республики Казахстан на 2010-2014 годы было прекращено действие Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы. Цель госпрограммы заключалась в обеспечении диверсификации и повышении конкурентоспособности экономики Республики Казахстан в долгосрочном периоде, а также активизации инновационной деятельности в стране.

Для создания благоприятных экономико-правовых и организационных условий для успешной реализации ГПФИИР, также стимулирования индустриально-инновационной деятельности и определения мер ее государственной поддержки 9 января 2012 года был принят Закон РК «О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности», а предыдущий Закон РК от 23 марта 2006 года «О государственной поддержке инновационной деятельности» утратил силу. Во вновь принятый Закон были введены такие понятия, как «местное содержание», «инновационный кластер», «критическая технология», «коммерциализация технологий», «приоритетные сектора экономики» и т.д.

В документе впервые на законодательном уровне были определены цели, задачи и принципы государственной поддержки индустриально-инновационной деятельности. Так, целью государственной поддержки индустриально-инновационной деятельности провозглашалось повышение конкурентоспособности национальной экономики на основе стимулирования развития приоритетных секторов экономики. В целях стимулирования развития приоритетных секторов экономики и государственной поддержки индустриально-инновационной деятельности в Республике Казахстан предусматривалось формирование индустриально-инновационная система, состоящей из субъектов, осуществляющих государственную поддержку индустриально-инновационной деятельности, инфраструктуры и инструментов.

4 июня 2013 года Указом Президента РК была утверждена Концепция инновационного развития Республики Казахстан до 2020 года. Целью Концепции является содействие вхождению Казахстана в число 30-ти конкурентоспособных стран мира на основе развития новых технологий и услуг, что позволит обеспечить переход от сырьевого к инновационному типу экономики. Предусматривается, что к 2020 году будут получены видимые результаты и признание, а страна приблизится к топ-40 группы стран с экономикой инновационного типа в Глобальном индексе конкурентоспособности Всемирного экономического форума.

1 августа 2014 года Указом Президента Республики Казахстан была утверждена Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 годы. Программа является логическим продолжением Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы и учитывает опыт ее реализации. Основной целью Программы является стимулирование диверсификации и

повышения конкурентоспособности обрабатывающей промышленности. Одной из важнейших задач, направленных на достижение целей её достижение является придание нового уровня технологичности приоритетным секторам обрабатывающей промышленности и создание основы для развития секторов будущего через формирование инновационных кластеров.

В связи с принятием 29 октября 2015 года Предпринимательского кодекса Республики Казахстан были признаны утратившим силу 5 законов, среди которых был Закон Республики Казахстан от 9 января 2012 года "О государственной поддержке индустриально-инновационной деятельности".

«Индустриально-инновационной деятельностью является деятельность физических или юридических лиц, связанная с реализацией индустриально-инновационных проектов с учетом обеспечения экологической безопасности в целях повышения производительности труда и обеспечения стимулирования развития приоритетных секторов экономики либо продвижением отечественных обработанных товаров, работ и услуг на внутренний и (или) внешние рынки», а инновацией «является введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связей».

Как видно, в стране сформирована, отвечающая международным стандартам, организационно-правовая база для поступательного инновационного развития экономики. Однако, в республике, несмотря на то, что количество инновационно активных предприятий в стране растет, всё ещё наблюдается определённая инновационная пассивность отечественных предприятий.

Таблица – Основные показатели инновационной активности предприятий

	2010	2011	2012*	2013*	2014*
Количество предприятий, имеющих инновации, единиц*	467	614	1 622	1 774	1 940
Уровень инновационной активности предприятий, в процентах	5,2	7,1	7,6	8,0	8,1
Объем инновационной продукции, млн. тенге	142 166,8	235 962,7	379 005,6	578 263,1	580 386,0
Общие затраты на технологические инновации, млн. тенге	235 501,7	194 990,9	325 639,3	431 993,8	434 602,6

По продуктовым, процессным, организационным и маркетинговым инновациям.

Так, с 2010 по 2014 годы наблюдается определённый рост инновационной активности по продуктовым, процессным, организационным и маркетинговым инновациям отечественных предприятий, который достиг к концу периода 8,1%. Это, конечно низкий, показатель, если сравнивать его с данными развитых стран. Например, доля инновационно активных предприятий в США составляет около 50%, Турции – 33, Венгрии – 47, в Эстонии – 36, в России – 9,1%.

Известно, что уровень инновационной активности напрямую зависит от наличия соответствующей базы знаний и механизмов реализации имеющегося интеллектуального потенциала. Мировая практика показывает, что уровень инновационной активности в промышленности региона непосредственно связан с ролью науки в реформировании экономики, а также объемом её финансирования. Так, согласно **Рейтинга стран мира по уровню расходов на НИОКР** на исследования в Израиле выделяется 4,4% от ВВП (1 место), Финляндия – 3,88% (2 место), США 2,9% (8 место), Эфиопия и Монголия – 0,24 (соответственно 67 и 68 места), Казахстан – 0,23 и лишь 69 место. Таким образом, очевидно, что уровень расходов на НИОКР в Казахстане находится на уровне, не соответствующем формированию экономики инновационного типа, для которой характерны высокий уровень расходов в науку и образование.

Невысокая инновационная активность, в определённой степени, также связана, по нашему мнению, со значительным падением заинтересованности иностранных инвесторов во внедрении прорывных проектов в производство. Так, объём иностранных инвестиций в общих затратах на технологические инновации в Казахстане в 2014 году по сравнению с 2011 годом в абсолютном выражении уменьшились с 40060,7 до 3537,2 млн. тенге. В сложившейся ситуации, по всей видимости, следует и в дальнейшем совершенствовать механизм государственной поддержки инновационной деятельности, сочетая, возможно, с использованием определённых инструментов ответственности отечественных предпринимателей за выпуск устаревшей продукции.

Список литературы:

1. <http://www.adilet.gov.kz/ru/node/4219>
2. <http://www.pavlodar.com/zakon/?dok=02091&all=all>

3. [https://www.google.kz/webhp?sourceid=chrome-instant&rlz=1C1CHWL_ruKZ696KZ700&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=23%](https://www.google.kz/webhp?sourceid=chrome-instant&rlz=1C1CHWL_ruKZ696KZ700&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=23%25)
4. http://ru.government.kz/docs/u031096_20030517.htm
5. http://ru.government.kz/docs/p050387_rus.html
6. <http://www.baiterek.gov.kz/ru/programs/gpfii-program/>
7. <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1300000579>
8. <http://energo.gov.kz/index.php?id=3947>
9. <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>
10. <http://stat.gov.kz/faces/publications>
11. <http://gtmarket.ru/ratings/research-and-development-expenditure/info>

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУ МАҚСАТТАРЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ БАҒЫТТАРЫ

Унербаева Р.У. – оқытушы

Әл Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті

Кез келген қоғам, мемлекет өзінің болашақтағы даму перспективасын жетілдіріп, әлеуметтік және экономикалық жағдайын жақсартып, нық сеніммен қадам басып даму үшін мемлекеттің даму мақсаттары мен жолдарын анықтайды. Және мемлекеттік биліктің ең маңызды функцияларының бірі осы мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық стратегиялық мақсаттарын құрастыруы болып табылады. Бұл мақсаттар барлық аймақтың кәсіпкерлік деңгейін және оның тұрғындарының тұрмыс сапасының жоғарылатуына бағытталуы тиіс. Сондықтан елдің әлеуметтік-экономикалық мақсаттарын және оған жету жолдарын дұрыс таңдау - мемлекеттің келешегіне үлкен әсер ететін маңызды үдеріс.

Осы мемлекеттің даму мақсатын, сол мақсатқа жетуге қажетті экономикалық ресурстар көлемін - ұзақ, орта, қысқа мерзімдік жоспардың тиімді варианттарын, үкіметтің экономикалық, техникалық саясаттарының негізгі бағыттарын анықтау үшін, халықтың осы таңдағы әл-ауқатын анықтауға бағытталған шаралар, экономикалық болжамдар, жоспарлаулар жасалынады. Әлеуметтік-экономикалық дамыту стратегияның сапасы болжаудың алдыңғы қатарлы технологиялары, ішкі және сыртқы ортаның талдауы, дамудың тиімді сценарийлерін қалыптастыру, мемлекеттің тиімді басқару құралдарын қолдану және мониторинг пен жоспарларды жүзеге асыру негізіне байланысты.

Әсіресе тәуелсіздігімізді алып, өз алдына дербес мемлекет болып қалыптасқан отанымыз, Қазақстан Республикасы үшін әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттары мен жолдарын дұрыс негіздеу маңызды болып табылады. Елбасымыздың қабылдаған даму стратегияларында еліміздің келешекке қойған асқақ мақсаттары анық көрсетілген. Және де осы мақсаттарға жету үшін қолдан келер әрекеттер жасалынады.

Басқарушылық мақсаттары – бұл қоғамдық қажеттікті және басқарма мүдделерін нақты қанағаттандыру бойынша басқарушылық шешімдер және әрекеттерді қалыптастырумен және жүзеге асырумен байланысты мақсаттар. Кез келген мемлекетті басқару ісінде мақсаттарды қою ерекше рөл атқарады. Экономикалық саясат дегеніміздің өзі белгілі бір мақсаттарды жүзеге асыру процесі болып табылады. Өмірдің өзі қоғамды дамыту барысында бір уақытта бірнеше мақсаттардың жиынын шешу қиындығын көрсетеді. Олардың толық түсінілуі, белгіленуі және дұрыс орындалуы үшін қоғамның барлық мәселелерінің құрылымын айқын түрде ұсыну керек.[1]

Қазақстан Республикасы - нарықтық экономикасына жаңадан қадам басушы жас мемлекет. Сондықтан да мемлекеттің әлеуметтік экономикалық даму мақсаттары мен жолдары негіздеу ел үшін өте маңызды іс болып табылады. Осы мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттарын басшылық әрдайым халыққа жария етіп, және жаңа мақсаттар мен қол жеткізген нәтижелерді Жолдаулар, Дамудың стратегиялық бағдарламалары, халықаралық ұйымдардың қолдауымен жасалынған декларациялар және тағы да басқа жолдармен бекітіп отырады.

Мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық дамуының мақсаттары айқын көрсетілген тағы бір құжатта - елбасымыз қабылдаған Қазақстан-2020 стратегиялық даму бағдарламасында - бекітілген мақсаттарға және Қазақстанның 2020 жылға дейінгі дамуының түйінді бағыттарына тоқталайық. Қазақстан 2020 жылы әлемдік дағдарыстан біршама қуатты және бәсекеге қабілетті, экономикасы әртараптандырылған және халқы белсенді түрде жаңа экономикаға тартыла отырып шыныққан елге айналады.

2020 жылға қарай Қазақстан ел экономикасының шикізат емес секторына елеулі шетелдік инвестиция тартуға мүмкіндік беретін қолайлы іскерлік ахуал қалыптасқан әлемнің бәсекеге барынша қабілетті елу елінің қатарында болады. Экономика келесі экономикалық дағдарыстарға жақсырақ дайын болады. Қазақстан шектес елдермен және басқа да мемлекеттермен өзінің саяси және экономикалық байланыстарын нығайтады.

2020 жылға қарай ел әртараптандырылған экономиканы дамыту үшін қажетті адами ресурстарға, сондай-ақ отандық кәсіпкерлер мен экспорттаушыларға қызмет көрсету үшін қажетті инфрақұрылымға ие болады. Көлік инфрақұрылымы мен телекоммуникацияны қарқынды дамыту арқылы өзге әлеммен үзіліссіз байланыс қамтамасыз етіледі. Қазақстанның өңдеуші өнеркәсібі, ауыл шаруашылығы мен қызмет көрсету саласы тау-кен өнеркәсібімен қатар лайықты орын алады. Әлеуметтік салада және қоршаған ортаны қорғау саласында айтарлықтай нәтижелерге қол жеткізіледі.

2020 жылға қарай Қазақстан экономикасы нақты мәнде алғанда 2009 жылғы деңгейінің үштен бірінен жоғары өседі. Экономиканы әртараптандыру жоспарларын табысты іске асыру есебінен экономиканың қайта өңдеу салаларының өсу көрсеткіштері 2020 жылға қарай өндіруші салалардың өсу көрсеткіштерінен жоғары немесе оларға тең болады.

Ойластырылған макроэкономикалық саясат жүргізу нәтижесінде 2020 жылға қарай алтын-валюта резервтерінің деңгейі (Қазақстан Республикасы Ұлттық қорының активтерін қоспағанда) үш айлық импорттан немесе (қандай көрсеткіштің жоғары болатынына қарай) елдің мемлекеттік және корпоративтік секторларының қысқа мерзімді (1 жылға дейін) сыртқы борышынан төмен болмайды. Ұлттық қордың активтері ДЖӨ-нің кемінде 30 %-ын құрайды. Осы кезеңде инфляция орташа алғанда жылына 5-8 % деңгейінде сақталып тұрады. Айырбас бағам саясаты қазақстандық экономиканың ішкі және сыртқы бәсекеге қабілеттілігінің теңгерімін қамтамасыз етеді.

2020 жылға қарай табысы ең төменгі күнкөріс деңгейінен төмен халықтың үлесі 8 %-ға төмендейді. Халықтың әлеуметтік осал топтарының өкілдері, мүмкіндігі шектеулі адамдар, әйелдер, балалар мен жастар өздерінің барынша қорғалғанын сезінеді және өздерінің қоғамдағы мүмкіндіктерін кеңейте алады. Бала-бақшадан университетке дейін сапалы білім беру бүкіл ел бойынша қолжетімді болады, халық денсаулығының жағдайы айтарлықтай жақсарады. Денсаулық сақтау қызметтері әлемнің үздік стандарттарына сай болады. Қазақстандықтар барынша саламатты өмір салтын ұстанып, темекі шегетіндер мен алкогольді асыра пайдаланатындар саны азаяды. Қоғамның тыныс-тіршілігінің барлық салаларында мемлекеттік тілді қолдану дәйекті және кезең-кезеңімен кеңейеді. Өртүрлі этностық топтар мен діни конфессия өкілдері ішкі тұрақтылық, қауіпсіздік, бейбітшілік пен келісім жағдайында өмір сүруін жалғастыратын болады. [3, 10-бет]

«Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту - Қазақстан дамуының басты бағыты» - Елбасының Қазақстан халқына Жолдауында да осы әлеуметтік экономикалық даму мақсаттары мен оған жету бағыттарының маңыздылығы мен өзектілігі туралы айтылып өтілген.

Ел экономикасының қарышты қадамдары қандай болмасын саяси-экономикалық шешімдердің түпкі мақсатына сәйкес халықтың әл-ауқатын арттыру үшін зор міндеттерді жүзеге асыруға мүмкіндіктер береді. Сондықтан Президенттік жолдаудың алғашқы бабында тұрғындарды жұмыспен қамтудың тиімді жүйесін жасау арқылы әрбір жұмыс жасындағы адамға жұмыс орнын ашып беруге ұмтылыстың әлеуметтік маңыздылығын асыра бағалау мүмкін емес. Мұның өзі мемлекет пен халық мүдделерінің бір бағытта тоғысуының жарқын белгісі. Ал мүдделер бірлігі бар жерде оңтайлы, ұтымды, және тиімді нәтижелер көп күттірмейді. Заманауи экономикалық ғылым мен тәжірибеде «Әлеуметтік бағдарланған экономика», «Әлеуметтік бағдарланған рыноктық шаруашылық» деген түсініктер қалыптасып үлгерді. Ғылыми айналымға Германия экономикасының реформаторы Людвиг Эрхардтың «Әл-ауқаттылық баршаға» кітабы арқылы енген бұл категориялар дербес құрылымы, табыстарды бөлу әдісі, мемлекеттік басқарудың мақсатты бағдары бойынша халықтық әл-ауқатын жоғарылатуға, тұрғындардың өмір сүру деңгейін көтеруге қызмет ететін экономиканы сипаттайды. Қазіргі дамыған мемлекеттердің ешқайсысы да халықтың өмір сүру жағдайы, жұмыспен қамтылуы, әлеуметтік сақтандырылуы туралы толық жауапкершілікті өз мойнына алмайды. Елдегі әлеуметтік болмыс сипаты, әлеуметтік игіліктер және тауарлар мен қызметтер үшін толық жауапкершілікті болатын материалистік концепцияның негізі жоқ және ешқандай экономикада жүзеге аса қоймайды. Ал Қазақстан Президентінің жолдауындағы жұмыспен мейлінше қамту, халықты қолжетімді баспанамен қамтамасыздандыру міндеттері мемлекеттік әлеуметтік саясаттың жемісті болуының кепілі болып отыр.

Әл-ауқаттылықты арттыру бойынша әлеуметтік саясаттың діндеген мақсаттарға жетуі үшін экономикалық база экономикалық негіз қажет. Бұл үшін Н.Ә.Назарбаев халыққа жолдауында қазақстандық өңірлерде өсу нүктелерін анықтау, қажеттілігін атап көрсетті. Экономикалық өсудің өзін жалпы ішкі өнім, ұлттық табыс саясаты макроэкономикалық көрсеткіштердің өзгеруі динамикасы анықтайтын ұлттық шаруашылықтың даму үстіндегі қозғалысы деп білесек, онда біздің ел үшін өндіргіш күштерді аумақтық оңтайлы орналастыруды жалғастыру күн тәртібінен түспейтін мәселелердің бірі болып табылады. Президенттің жолдауында бұндай өсу нүктелеріне Алматы, Шымкент, Павлодар және т.б. қалалар жатқызылып отыр. Қазақстан өңірлерінде жаңа кәсіпорындар

құрылысын жандандыру, олардың тиімді жұмыс істеуі үшін қажетті инфрақұрылымдар жүйесін дамыта түсу керек.

Осынау зор міндеттерді абыроймен атқару үшін мемлекеттік қызмет көрсету сапасын арттыру және басқарушылардың саяси табы мен тобын қалыптастыру негізінде президенттік кадрлар, корпусын жасақтау менеджерлердің жаңа типін даярлаудағы жасампаз қадам деуге әбден болады. Ал, басқарушылық қызмет іс-әрекеттің ерекше түрі ретінде ұйымға үйлеспеген адамдар қатарын ұтымды, ортақ мақсатқа бағдарланған өнімді топқа айналдыруды көздейді. Басқару өзінің мәні мен мағынасында әлеуметтік өзгерістерді ынталандыратын және әлеуметтік жаңғыруларға қозғау салатын іс-әрекеттердің бастауы болатындығын ескерсек, онда Президент жолдауының соншалықты ұтымды екендігіне көз жеткіземіз.

Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі стратегиялық даму жоспарында көрсетілген мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттарына тоқталып өтейік. Экономиканы қалпына келтіруге дайындық үдерісінде Қазақстан оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік беретін реформаларды жеделдетіп іске асыруы керек. Бірінші түйінді бағыт — дағдарыстан кейінгі дамуға дайындық — бірінші онжылдық кезеңінде нәтижесі көрінетін шараларды қамтиды. Бұл біршама қолайлы бизнес орта құру, қаржы секторын нығайту және құқықтық жүйені жетілдіру.

Екінші түйінді бағыт шеңберіндегі іс-қимылдар елді үдемелі индустрияландыру бағдарламасын іске асыру және инфрақұрылымды дамыту нәтижесінде Қазақстан экономикасын әртараптандыруды жеделдетуге ықпал ететін болады. Бұл экономикалық үлгіні өзгертуге және экстенсивті, шикізаттық даму жолынан индустриялық-инновациялық дамуға көшуге мүмкіндік береді. Елді инфрақұрылымдық дамыту жоспарлары экономиканы үдемелі әртараптандыруға және елге шетел инвестицияларын тартуға ықпал ететін энергетика, көлік және телекоммуникация салаларын жаңғыртуға шоғырланады.

Адами ресурстардың саны мен сапасы кез келген елдің болашағын айқындайтын негіз құрушы факторлар болып табылады. Адами капитал — бұл инновациялардың және экономиканың тиімділігін арттырудың негізгі қозғаушы күші. Үшінші бағыт — болашаққа салынған инвестициялар — Қазақстанның адами ресурстарының сапасын ұзақ мерзімді кезеңде арттыру үшін қажетті шараларды қамтитын болады.

Төртінші түйінді бағыт — азаматтар үшін қызмет көрсету шеңберінде — халықты әлеуметтік қорғау және тұрғын үй-коммуналдық қызметтерін тиімді көрсету жөніндегі шаралар күшейтілетін болады.

Бесінші түйінді бағыт — ұлтаралық келісім, қауіпсіздік, халықаралық қатынастардың тұрақтылығы шеңберінде — ішкі тұрақтылықты, қауіпсіздікті, бейбітшілік пен келісімді нығайту, бейбіт сүйгіш сыртқы саясатты дамыту жөніндегі шаралар көзделетін болады. [3,12-бет]

Стратегиялық жоспар-2020-ны іске асырудың алғашқы жылдары мемлекет отандық кәсіпкерлер үшін де және халықаралық инвесторлар үшін де бизнес жүргізудің құнын азайтуға бағытталған белсенді шараларға бастама жасайды. Әкімшілік рәсімдердің шеңберін белгілей және оларды жүзеге асырудың ашықтығын арттыра отырып, мемлекет төрешілдік пен сыбайлас жемқорлықтың Қазақстандағы іскерлік ахуалдың маңызды аспектілеріне ықпал етуін төмендетуге ұмтылатын болады.[4]

Мемлекеттің әлеуметтік -экономикалық даму мақсаттарын негіздеу кез келген мемлекет үшін орасан зор маңызы бар екендігіне көз жеткіздік. Мемлекетке қоғамның нысаны ретінде барлық қоғам үшін, онда болып жатқан құбылыстар, қарым-қатынастар мен процестер жүйесі үшін жауапкершілік жүктеледі. Ол адамдардың құқықтары мен бостандықтарын заң жүзінде анықтап және қорғай отырып, сонымен бірге олардың ұтымдылық пен тиімділік тұрғысынан пайдалануын қадағалайды. Ал даму мақсаттарын бекіту мемлекеттің осы жауапкершілікті орындауды жүзеге асыруға қажет бірден бір функциясы болып табылады. Және де осы мақсаттар мемлекеттердің миллиондаған адамдарының өмір сүру жағдайларын жақсартуға бағытталған болып келеді.

Даму мақсаттарын негіздеудің негізгі құралдары алуан түрлі болуы мүмкін. Алайда олардың барлығы халықтың әл-ауқатын, қажеттіліктері мен мүдделерін ескере келе, мемлекеттің саяси және экономикалық жағдайларын зерттей отырып негізделеді. Өйткені кез келген мақсат ел үшін тиімді және ұтымды, әрі қолжетімді болуы тиіс. Мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттары жалпы экономикалық саясаттың мақсаты секілді бірінші кезекте халықтың әл-ауқаттылығын, тұрмыс жағдайын жақсартуға, экономикалық тұрақтылық орнатуға, сонымен қатар қоғамның еркін дамуына жол ашуға және ішкі мен сыртқы қауіпсіздікті қамтамасыз етуге бағытталады.

Келешекке қандай даму мақсаттарының негізделуі мемлекеттің сол таңдағы жағдайы мен мүмкіншіліктеріне байланысты. Мысалы, экономикалық дағдарыс орын алған жағдайда, мемлекеттің даму мақсаттары сол дағдарыстан қысқа мерзімде аз шығынмен шығуға ниеттеледі. Мақсаттарді бекітпес бұрын басқарма органдары мемлекеттегі басты экономикалық және әлеуметтік ахуалдар мен

мәселелерді толық қанды, әрі жан жақты анықтап, зерттеуге тырысады. Және соған сай мақсаттарға қол жеткізулері үшін нақтылы және өлшемді көрсеткіштер белгілейді.

Қазақстан Республикасының әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттарына келетін болсақ, елбасымыздың жүргізіп отырған ұтымды саясаттарының арқасында дұрыс және айқын түрде белгіленген. Мемлекетіміздің ұзақ және қысқа мерзімді даму мақсаттарын стратегиялық даму бағдарламалары, жылда жарияланатын халық жолдауларынан білуге болады. Қазіргі таңда мемлекетіміз бәсекеге қабілетті тұрақты экономикалық орта қалыптастыру, әлемнің экономикасы дамыған елу елдің қатарына ену, кедейлік пен аштықты жою, жалпыға бірдей бастауыш білімді қамтамасыз ету, балалар өлімін азайту, экологиялық тұрақтылықты қамтамасыз ету және тағы да басқа осы сияқты әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттарын алға қойған.

Әдебиеттер тізімі:

1. Г. В. Атаманчук «Теория государственного управления», -Москва, 2004
2. Қазақстан республикасының 2020 жылға дейінгі стратегиялық даму жоспары
3. www.akorda.kz

ЛОГИСТИКАЛЫҚ ҮДЕРІСТЕРДІ СИПАТТАУ ҮШІН CASE (COMPUTER AIDED SYSTEM ENGINEERING) ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫН ПАЙДАЛАҢУ

Шарапиева М.Д. – PhD докторант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Жүйеге талаптар қою және жобалау үдерістерін қысқарту үшін CASE жабдықтары қолданылады. XX ғасырдың 70 – 80 жылдары талдаудың құрылымдық технологиясы қолданыла бастады. Құрылымдық технология графикалық көрнекті техниканы қолдануға негізделген.

CASE технологиялар күрделі программалық жүйелерді талдау, жобалау, жасау және сүйемелдеу методологиялардың жиынтығы болып табылады. Олар өзара біріктірілген автоматтандыру құралдар кешені көмегімен құрылымдық және объектілік тұрғыларға негізделеді.

Кез-келген CASE технологиясы негізінен методология/әдіс/натация/құрал/парадигмасы алынады. Методология қандай да бір тұрғының негізінде жасалып, жұмыстың қадамдарын, қадамдардың орналасу тәртібін, сонымен қатар әдістер міндеттері мен үйлестірілу ережелерін анықтайды. Әдіс қандай да бір мақсатқа жету, яғни жұмыстың белгілі бір қадамын орындау тәсілін анықтайды. Натация деп модельдердің қандай да бір класын сипаттау үшін қолданылатын таңбалар жүйесін айтады.

Натацияның графикалық және текстілік түрлері болады. Графикалық натациялар графтар, диаграммалар, кестелер, схемалар түрінде сипаттайды, ал текстілік натациялар модельдерді формальді және кәдімгі тілде сипаттайды. CASE технологияда натациялар жобаланатын жүйенің деректер элементтерінің жасау кезеңдерінің құрылымын сипаттау үшін қолданылады.

Құралдар әдістерді жүзеге асыру үшін қажетті құрал - жабдықтарды құрайды. Олар: графикалық жобаны жасау және жөндеу құралдары, жобаны абстракция деңгейі иерархиясы түрінде ұйымдастыру құралдары. Сонымен қатар түрлі деңгейлер компьютердің сәйкестігін тексеру құралдары.

CASE құралдардың мынадай түрлерін бөліп қарауға болады. - талаптарды талдау, спецификациялармен құрылымдарды жобалау, интерфейстерді жөндеудің CASE құралдары (CASE1 - бірінші ұрпағы). - программалық қамсыздандыруды жасаудың толық өмірлік циклін қарастыратын біріктірілген орталардың жүзеге асыру және бастапқы текстерді генерациялаудың CASE құралдары (CASE2 - екінші ұрпағы). CASE1 негізінен графикалық модельдерді спецификацияларды жобалаудың экрандық редакторлар мен берілгендер сөздігін қолдау құралдарынан тұрады. CASE2 айталықтай үлкен мүмкіндіктерімен ерекшеленеді. Мұнда жүйелік ақпарат пен жобалық процесін басқару бойынша ақпаратты бақылау, талдау және байланыстыру, жүйенің модельдері мен прототиптерін жасау, генерацияланған программаларды тестілеу, мақұлдау және талдау қамсыздандырылады.

Көп еңбекті қажет ететін операцияларды автоматтандыра отырып, қазіргі заманғы CASE технологиялар программалаушы мамандардың еңбек өнімділігін айтарлықтай өсіріп, жасалатын программалық қамсыздандырудың сапасын көтерді.

Олар: жоба спецификацияларының сәйкестігінің автоматты түрде бақылануын қамсыздандырады. жүйе прототипін жасау уақытын қысқартады. жобалау және жасау процесін жеделдетеді. өмірлік циклдің барлық кезеңдері үшін арналған жобалық құжаттаманың қазіргі заманғы стандарттарға сәйкес жасалуын автоматтандырады. кейбір программалық кодтарды түрлі жасау платформалары үшін генерациялайды. жүйе компонентін қайтара қолдану технологиясын қолдайды. жобалық құжаттарды бастапқы кодтар бойынша қалпына келтіру мүмкіндігін қамсыздандырады.

CASE технологиясының қолданылуы. Программалық қамсыздандырудың өмірлік циклінің барлық кезеңдеріне өзгерістер әкелді. Мұнда жасалатын программалық қамсыздандырудың қатаң әрі көрнекі сипатталуын орындайтын талдау және жобалау кезеңдеріне көп өзгерістер енгізді.

CASE технологияда қолдануға көшу кезінде программалық қамсыздандыруды жасау процесіне енгізілетін сапалық өзгерістерді атап өтейік. CASE құралдарын қолдану күрделі программаларды қамсыздандыруды жасауға кеткен еңбек шығынын айтарлықтай азайтуға мүмкіндік берді. Ол негізінен жаттау және бақылау процестерінен автоматтандыру нәтижесінде қамтамасыз етеді.

Жобалау кезінде автоматтандырылған басқару жүйесі кодтау қадамы және тестілеу нәтижесінде анықталған көп қателерді түзету түбегейлі тұтастай өзгертуді білдіреді. Модельдеу кезінде сондай қателер ескеріледі және терең, егжей-тегжейлі талдау жасалған жобалар қарастырылады. Үрдістерді дұрыс үйлестіру басқару жүйесімен талап етіледі, модельдеу құрылымын жасау яғни ретке келтіру шаралары. Ақпараттық жүйелердегі модельдеу үдерісінде оны құру кезеңдеріне көп көңіл бөлінеді. Қателер ең көп шығындарға ұшыратуы мүмкін. ВРWin компьютерлік бағдарламасының көмегімен шағын модельдеу және бірнеше түрлері модельдер мен әдістер жасалады.

Графиктік техника әртүрлі модельдерді сипаттауға арналған. Қазіргі кезде CASE күрделі құрылымды сүйемелдеу үдерістерін қамти алады. CASE технологиялары келесілерден тұрады:

- Ақпараттық жүйелерді жобалау әдістері;
- Нотация(жүйе элементтерін бейнелеу тәсілі);
- Инструменталды жабдықтар;

CASE жабдықтардың негізгі функциялары:

• Жобаның орталықтандырылған деректер қорында сақталынады. Орталықтандырылған ДҚ *репозиторий* деп аталады. Ол әртүрлі типті объектілерді сақтай алады: Диаграмма, Деректерді сипаттау, Программаның алғашқы коды, Программалық жабдықтау мен ДҚ жобалау. CASE жабдықтардың қолдану реті:

- Жүйенің логикалық моделі құрылады
- Нақты программалау тілі немесе физикалық үлгіні құру үшін деректер қорын басқару жүйесі таңдалынады
- Физикалық модель әрі қарай өңделінеді
- Программаның мәтінін немесе дискідегі деректер құрылымын автоматты түрде генерациялау орындалады.

• Кері жобалау (реинженеринг). Бұл жағдайда CASE жабдықтарды қолдану кері бағытта болады, яғни программа мәтінін немесе дискідегі деректер құрылымын логикалық моделге ауыстырамыз

• Физикалық түрде іске асырумен жүйелер моделін синхронизациялау. Бұл жағдайда жүйенің физикалық моделіне қажетті өзгерістер енгізілуі мүмкін

- Сапаны автоматты түрде қамтамасыз ету және модельді қателерге тексеру
- Құжаттарды автоматты түрде генерациялау.

CASE технологияларды қолданудың *мақсаты*: жүйені жобалау мен талдау сатыларын максималды түрде автоматизациялау.

Заманауи CASE жабдықтар ақпараттық жүйелерді талдау мен жобалау кезінде объектіге бағытталған технологияларды қолданады.

CASE жобалаудың бір – бірінен ерекшелігі жүйенің декомпозициясы (орындалатын жұмыстар), тәсілдерін талдау болып табылады.

Кесте -Жобалаудың заманауи әдістері

Әдістеме	Модель типтері
SADT (Structured Analysis and Design Technique)	Функционалды модель
DFD (Data Flow Diagrams)	Функционалды, ақпараттық және компонентті
ERD (Entity-Relationship Diagrams) – мағына – мән диаграммасы	Ақпараттық
STD (State Transition Diagrams) – күй диаграммасы	Күйлік модель
Flowcharts(блок - схема)	Күйлік, ақпараттық және компоненттік

IDEF0 (Integration Definition for Function Modeling) әдістемесінде бизнес-үдеріс элементтер (жұмыстар) жиынтығы түрінде беріледі, олар өзара байланыста болады, сонымен қатар әр жұмыста қолданылатын ақпараттық, еңбек және өндірістік ресурстарды көрсете алады.

- IDEF0 әдістемесі бүкіл жүйені кезектесетін функциялар жиынтығы ретінде модельдеуге мүмкіндік береді.

- Белгілеулер мен тұрғызу ережелерінің қарапайым жүйесі модельдеу кезінде нақтылық пен айқындықты қамтамасыз етеді.

IDEF0 (Integration Definition for Function Modeling) әдістемесінің нәтижесі – модель, ал модель – жүйе көрінісі. Модель диаграммалардан, мәтін фрагменттерінен (диаграмма атауы), түсініктемелерден (жоба аты, авторы мерзімі және т.б) тұрады. **Диаграмма** – модельдің негізгі компоненті болып табылады. Диаграммадағы барлық функциялар блоктар мен доғалар түрінде берілген.

IDEF0-дің негізгі 4 элементі:

1. **Функционалды блок (Activity Box)** – қарастырылып отырған жүйенің (әр функционалды блоктың өзіндік ерекше нөмірі болуы керек) нақты функциясын бейнелейді.

2. **Интерфейсті доға (Arrow)** – функционалды блокпен өңделетін және оған әсер ететін жүйе элементі.

3. **Декомпозиция (Decomposition)** – күрделі үдерістің құрамдас бөліктерге бөлінуі.

4. **Глоссарий (Glossary)** – анықтамалар, түйінді сөздер, түсіндірмелер жиынтығы. IDEF0-дің әр элементі үшін беріледі: диаграммалар, функционалды блоктар және интерфейсті доғалар.



Сурет – Логистикалық үрдістің механизмі

IDEF0 әдістемесі келесі концепцияларға негізделген:

1. **Блоктық моделдеудің графикалық көрінісі.**

IDEF0 диаграммасының “блоктар мен доғалар” графикасы блоктан, кіріс, шығыс, басқару, механизм доғаларынан тұрады.

2. **Қысқалығы.** Жүйенің архитектурасы толық материалдарды қамту үшін нақты болу керек.

3. **Ақпаратты беру.** IDEF0 диаграммасында ақпаратты беруді жақсартуға арналған жабдықтар:

- блоктар мен доғаларға негізделген диаграммалар;
- блоктар мен доғаларды сипаттайтын қосымша мәтін белгілері;
- диаграммалар иерархиясындағы түйіндер сұлбасы;
- оқуды жеңілдету үшін әр диаграмма 6 ішкі функциялармен шектелген.

4. **Әдістемесі.** Қадам бойынша орындалатын үдерістер модельдеу, интеграция есептерін шеше алады.

Кез-келген IDEF0 диаграммасын құру кезінде мына талаптар қанағаттандырылуы тиіс:

- диаграмма мақсатының модель мақсатына сәйкес келуі;
- кейінгі доғалардың бастапқы (негізгі) диаграмма доғаларына сәйкес келуі;
- диаграмма мазмұнының базалық блок мазмұнына толық сай келуі.

Процестер моделін DFD диаграмма/ымен толықтыруға сипаттама бер.

DFD диаграммалары IDEF диаграммасына қосымша ретінде қолданылады. DFD диаграммалары құжат айналымдарын және ақпаратты өңдеуді сипаттайды. Негізінен, DFD диаграммалары АЖ-лерді жобалауға арналған. DFD диаграммалары ақпарат көздерінен, ішкі жүйелерден, үдерістерге ақпарат тасымалдайтын ақпараттық ағын туындайды.

Сыртқы мағына (внешняя сущность) ақпараттарды қолданушы DFD диаграммаларын қолдану кезінде графикалық нотацияның элементтерін қолданады. DFD диаграммасының авторы Эд Иордан және Том де Марко. Қазіргі кезде ең кең таралған нотация - Гейн Сарсон.

ERwin – деректер қорының құрылымын өңдеу құралы. ERwin – WINDOWS – тың графикалық интерфейсінен тұрады, яғни мұнда ER диаграмма салу үшін аспаптар орналасады, соның ішінде деректер моделінің логикалық және физикалық сипаттамасын құру үшін арналған редакторлар және белгілі ДҚБЖ – ның реляциялы түрлерін ұстанады. Egwin – нің көмегімен ДҚ кері жобалау (реинжинеринг) немесе құруға болады. ERWin – де моделдеуде реляциялық ДҚ теориясының базасында немесе IDEF1x методологиясында таратуға болады. IDEF1x методологиясы терминология стандарттарын анықтайды, олар ақпаратты моделдеуде және диаграммалардағы типтік элементтердің графикалық бейнелеулері кезінде қолданылады.

Ақпараттық модельдің екі көзқарасы, сәйкесінше екі модель деңгейі бар.

Бірінші логикалық(пайдаланушы көзқарасы) - өндіріс бизнесінде қоланылатын деректер сипаттамасы.

Екінші – физикалық– ДҚ ақпараттардың берілуін анықтайды. ERwin – оларды бірнеше деңгейі бар бір диаграммаға біріктіреді.

IDEF1X әдістемесіндегі диаграммалардың тағайындалуы мен мақсаты: Диаграммалар негізінен реляциялық деректер қорын пайдаланады. Реляциялық моделде барлық деректер болмыс және байланыс факторлары түрінде беріледі. Мысалы, билеттерді резервтеу жүйесі пассажир және рейс болмыстары ақпараттарынан тұрады. Болмыстар арасында функционалды байланыс анықталған. Әрі қарай, пассажир және рейс болмыстары алып бару байланыстарын анықтайды (рейс көптеген пассажирлерді арып баруы мүмкін). Болмыс – бұл, мысалы, олар жайында сақталатын ақпараттар ол адам, орын, зат, оқиға, концепция болуы мүмкін. Болмыстар әдетте зат есіммен аталады, олар астып алушы, компьютер, жұмысшы, сату т.б.с.с. болуы мүмкін. Нақтырақ болмыс - бұл жекеленген объектілер жиыны, бұл кездегі объектілер әртүрлі болып табылады. Байланыс - болмыстар арасындағы функционалды тәуелділік мысалы, жұмысшы сауды жасауда. Әрбір болмыстың атрибуттары болады. Атрибут – бұл объект қасиеті, ол оның экземплярын сипаттайды. Жұмысшы болмысының келесі атрибуттары болуы мүмкін – аты, туған күні және т.б. Жалпыға бірдей реляциялық деректер моделінің графикалық бейнесі түрінде ERwin бағдаоламасының көмегімен диаграмма салынады. Бұл диаграммада болмыстар (кестелер) төртбұрышпен бейнеленеді, мүмкін, олар өзара байланыс сызықтарымен (байланыстар) бірігеді.

Әдебиеттер тізімі:

1. Rogozov Ю.И., Stukoty Л.Н., Свиридов АС «Модельдеу жүйелері» НКБ ФУ, 2004
2. С.В.Маклаков «CASE-құралдары даму ақпарат жүйелері. ERwin мен Эрвин» -М.: DialogMifi, 2001
3. Маклаков С. «CASE-құралдары Компьютерлік Associates» // Оқыту және консалтинг орталығы. 2002
4. Гаджинский А. М. Логистика. Учебник для высших и средних специальных учебных заведений. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2005. – 228 с.
3. Железко, Б.А. Реинжиниринг бизнес-процессов: учеб. Пособие для вузов/ Б.А. Железко, Т.А. Ермакова, Л.П. Володько; под ред. Б.А. Железко. – Мн.: Книжный дом, 2006. – 216 с.
4. Лукинский В. С. Модели и методы теории логистики: Учебное пособие. 2-е изд. — СПб.: Питер, 2007. — 448 с: ил. — (Серия «Учебное пособие»). 2011.

МЕМЛЕКЕТТІҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ЖОЛДАРЫ МЕН ТЕТІКТЕРІ

Шеденов Ө.Қ. – э.ғ.д., профессор

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Кез-келген мемлекет үшін өзінің ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесі қашанда өзекті болып, заман талаптарына сай күрделене түсіп, мемлекет және қоғам өмірінің барлық жақтарын қамтитын жүйелі саясатқа айналды. Жаһандану үдерісі күшейген сайын ұлттық қауіпсіздік мәселесі, әсіресе әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздік бағыты ерекше орын алады. Өйткені әлемдік қауымдастықта егеменді ел ретінде әрекет ету мемлекеттің экономикалық және әлеуметтік қуаттылығы, ал түбінде ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің бірден-бір көрсеткіші – ұлттық әлеуметтік-экономикалық даму деңгейі болады.

Қазіргі ұлттық экономиканың қуаттылығы тек өндіргіш күштердің даму деңгейімен ғана анықталмай, бірінші кезекте мемлекеттің сол өндіргіш күштердің немесе ұлттық экономиканың белсенді дамуына жағдай жасап, ұлттық мүдделерді анықтап, оларды қорғау мүмкіндігімен де көрінді. Жаһандану үрдісінің ұлттық экономикаға тигізетін оң ықпалын барынша тиімді пайдалану мен оның теріс дағдарыс жағдайындағы әсеріне тойтарыс беру мемлекеттің белсенді іс-әрекетімен жүзеге асады. Сондықтан Қазақстан Республикасының Ұлттық қауіпсіздік стратегиясында көрсетілгендей қауіп-қатерлерді алдын ала анықтап, жоюға, тұтастай алғанда елдің дағдарысқа қарсы

әлеуетін арттыруға бағытталған тиімді де осы заманғы ұлттық қауіпсіздік жүйесін қалыптастыру қажет, бұл ретте аталған жүйе халықаралық қауіпсіздік саласындағы осы заманғы әлемдік үрдістерге бейімді келіп, икемді, қауіпсіз ішкі және сыртқы ортаны қалыптастыру жөніндегі белсенді іс-әрекетке қабілетті болуы тиіс – ақ.

Мемлекеттің ұлттық қауіпсіздігі елдің ұлттық мүдделерінің нақты және әлеуетті қатерлерден қорғалған жағдайында өз құрамына экономикалық, әлеуметтік, білім, ақпараттық, т.б. құрамдас бөліктерді біріктіреді. Ашық экономика бағытында дамып келе жатқан Қазақстан Республикасына, осы жағдайларда ұлттық экономикалық және әлеуметтік мүдделерді қалыптастыру, оны қорғау мен жүзеге асыру қажет. Ұлттық экономикалық және әлеуметтік мүдделерді жүзеге асыру мен оларды қорғаудың дәстүрлі құралы протекционистік саясат. Әлемдік рыноктағы шиеленісті бәсеке барысында талаптарына сай түрлергендіктен, біздің еліміздің алдында әлемдік тәжірибеге сүйеніп, әлеуметтік экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің мүмкін болатын шаралар жүйесін жасақтау өзекті болып табылады. Себебі, әлемде ғаламдану үрдістері кең құлашын жайып отырған кезеңде, Қазақстан Республикасының экономикалық өсуінің әлемдік әлеуметтік-экономикалық кеңістікке интеграциялануынсыз өтуі мүмкін емес. Интеграция барысында ел экономикасы оң нәтижелерін, ұтымды тұстарын, қауіпсіздігін жоғалтып алмауы керек. Осы тұрғыдан елдің әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздігін макро-, мезо-, микродеңгейлерде қамтамасыз ете білу бүгінгі күннің өзекті талабы болып отыр. Әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз ету арқылы ұлттық қауіпсіздікке қол жеткізуге үлес қосылады. Соңғы уақыттардағы әлемдік экономикалық және әлеуметтік ахуал, геосаяси дағдарыстар, шикізат ресурстарына әлемдік нарықтағы бағаның төмендеуі жаңа сынақтар мен жаңа экономикалық талаптар қойып отыр. Осыған орай 2014 жылдың 11 қарашасында

ҚР Президенті Н.Ә.Назарбаев алдағы жылдарды жан-жақты әлеуметтік-экономикалық сараптай отырып, негізгі бағыттарды айқындап, Жаңа Экономикалық Саясатты жариялады. « Нұрлы жол-болашаққа бастар жол», ал бұл бүкіл әлемді дендеген дағдарыстың әсерінен болатын зардаптарға төтеп беруге бағытталған іс-шаралар кешенін қамтитын жалпыұлттық даму жоспары болып табылады. Бұл жоспарда Қазақстан Президенті экономикалық және геосаяси қауіпсіздікті қамтамасыз ету жөніндегі бұрынғы кепілдіктер мен шаралар әлсірегендіктен, қалыптасқан нақты жағдайды белгілеп көрсетті.

Яғни, ұлттық және әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздіктер кез-келген ұлттың, мемлекеттің қорғалған жай-күйі болып, барлық мемлекеттік органдар жүйесі қорғану іс-шараларына жұмылдырады. Мұндай үдеріс, сондай-ақ Қазақстан Республикасының ұлттық қауіпсіздік заңы бойынша да байқалып отыр. Ұлттық қуаттылыққа келетін болсақ, ол қолда бар ресурстарды ұтымды пайдаланып, керісінше, өзге мемлекеттерге қауіп төндіретін элементтермен ерекшеленеді.

Қазақстан Республикасы ұлттық қуатының стратегиялық ресурстары екі бөлімнен яғни қатаң және жұмсақ (идеационалдық) факторлардан құралуы керек. Қатаң факторларға экономикалық ресурстар; қаржы ресурстары; территория; табиғи ресурстар; әлемдік мұхитқа шығу жолы; білім, ғылым және технология саласындағы ресурстар, басқару ресурстары және әскери ресурстар жатады. Сонымен бірге, адам мен қоғамның қауіпсіздігі, азаматтардың конституциялық құқықтарының мүлтіксіз сақталуы қамтамасыз етілуі, әлемдегі сапалық жаңа сауда қаржылық жағдайларда елдің әлеуметтік - экономикалық қауіпсіздігі қамтамасыз етіледі.

Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігі қамтамасыз етіліп, бәсекеге қабілетті отандық ақпараттық кеңістік құрылуы қажет. Оған қосымша экожүйелерді сақтау және қалпына келтіру, тәуекелдерді азайту және техногендік авариялардан, апаттардан дүлей зілзалалардан болатын зардаптарды барынша жағдайлар жасалуы қажет. Осыдан ұлттық қауіпсіздіктің демократиялық және ашық доктринасы негізінде халықаралық қауіпсіздік жүйесімен біріктірілген (ұлттық мүддені ескере отырып) ұлттық қауіпсіздіктің тұтас және тиімді жүйесі қалыптастырылады.

Экономикалық және әлеуметтік қауіпсіздікті қамтамасыз етуде келесі бағыттар жүзеге асырылуы тиіс:

-экономиканы қалпына келтіруге дайындық үдерісінде Қазақстан оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік беретін реформаларды жеделдетіп іске асыруы керек. Бірінші түйінді бағыт – дағдарыстан кейінгі дамуға дайындық – бірінші онжылдық кезеңінде нәтижесі көрінетін шараларды қамтиды. Бұл біршама қолайлы бизнес ортасын құру, қаржы секторын нығайту және құқықтық жүйені жетілдіру.

Екінші түйінді бағыт шеңберіндегі іс-қимылдар елді үдемелі индустрияландыру мен инновацияландыру бағдарламасын іске асыру және инфрақұрылымды дамыту нәтижесінде Қазақстан экономикасын әртараптандыруды жеделдетуге ықпал ететін болады. Бұл экономикалық үлгіні өзгертуге және экстенсивті, шикізаттық даму жолынан индустриялық – инновациялық дамуға көшуге мүмкіндік береді. Елді инфрақұрылымдық дамыту жоспарлары экономиканы үдемелі

эртаптапандыруға және елге шетел инвестицияларын тартуға ықпал ететін энергетика, көлік және телекоммуникация салаларын жаңғыртуға шоғырланады.

Ұлттық экономиканың қауіпсіздігін қамтамасыз ету экономиканы жемісті эртаптапандырумен, республиканың орнықты да, қарқынды да дамуымен тікелей байланысты. Соның ішінде:

- жаңартылатын ресурстар мен энергия көздері негізінде қазіргі заманғы технологияларды енгізу, жел энергетикасының, күн және геотермалдық энергетиканың дамуы үшін ынталандырушы жағдайлар жасалады, су ресурстарын бірігіп басқару принциптерін ескере отырып, елдің су ресурстарын тиімді пайдалану технологиялары енгізіледі, сондай-ақ халықты ауыз сумен қамтамасыз ету жөнінде одан әрі күш-жігер жұмсалады;

- инвестициялар тарту, экологиялық проблемаларды шешу, антропогендік ауыртпалықтардың келеңсіз әсерін азайту, табиғатты пайдаланушылардың қоршаған ортаға эмиссияны азайту жөніндегі жауапкершілігін күшейту, қалдықтарды кешенді қайта өңдеу мәселелерін де қамти отырып орнықты дамуды басқару жүйесін оңтайландыру және көмірлілігі төмен экономиканың «жасыл» саясатын енгізу жолымен үздіксіз байланысты.

Экономиканы эртаптапандыру әлеуметтік-экономикалық әлеуеттің ұтымды аумақтық ұйымдастырылуын құру мен халықтың тыныс-тіршілігі үшін қолайлы жағдайлар жасау мақсатында экономикалық өсу орталықтарын қалыптастыру жөніндегі жоспарлармен үйлестіріледі

Аймақтың әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздігін қарастыру кезіндегі алдыңғы кезекті мәселелердің бірі экономикадағы дағдарысты құбылыстарды дер кезінде және объективті көрсететін көрсеткіштер жүйесін ары қарай жетілдіру кезінде барлық көрсеткіштерді екі топқа бөлген абзал: әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздік деңгейін бағалауға негізделген көрсеткіш-критерийлер және жалпы жағдайды толықтыратын талдамалық-ақпараттық көрсеткіштер. Сонымен бірге есептелінбейтін көрсеткіштерді немесе қауіпсіздіктің шекті мәндерін анықтау мүмкін емес көрсеткіштерді алып тастаған дұрыс. Қазақстан аймақтарының әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздігін құрайтын негізгі құрамдас бөліктерді талдау көрсеткендей, шекті мәндер кейбір жағдайларда ең кіші рұқсат етілетін нормалардан асып кетті. Қауіптер мен қатерлер адам мен мемлекеттің өмір сүруін қамтамасыз етудің іргелі негіздерін жанап өтті. Бұл әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздік мәселесіне баса назар аударудың қажеттілігін дәлелдейді, алдыңғы кезекке әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздік индикаторларының тиімді жүйесін құру мәселесін шығарады, оны экономиканың мамандануы мен даму басымдықтарына сәйкес аймақтарға дағдыландыруға болады.

Қазақстан аймақтарының әлеуметтік экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етудің ұйымдық-басқару қосалқы жүйесінің жүйелік кемшіліктерінің бірі түрлі билік органдарының әлсіз өзара әрекеттесуі болып табылады. Бұл экономиканың бір саласының біртекті міндеттерін шешу әр түрлі субъектілердің күзіреттеріне кіруімен байланысты. Конституциялық-құқықтық көзқарас тұрғысынан қауіпсіздікті қамтамасыз ету функцияларының көптеген құрылымдар арасында шоғырланбауы және қауіпсіздікті қамтамасыз ету бойынша шаралар санының және тұжырымдамаларының жеткіліксіздігі қатерлерлердің өсуін және аймақтардың қорғалуының жалпы деңгейін төмендетуі мүмкін.

Аймақтың әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздігінде дағдарыстық жағдайлардың пайда болуы жолындағы негізгі кедергі болып органдардың үйлестірілген қызметі болуы тиіс, осыған байланысты осы органдардың қауіпсіздікті қамтамасыз ету бойынша функциялары мен өкілеттіктерін асыру құралын анықтаудың қажеттілігі туындайды. Мұндай құрал әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің аймақтық мақсатты бағдарламасы болуы тиіс. Аймақтық мақсат бағдарламасы ретінде іске асыру міндеттері, ресурстары және мерзімдері бойынша байланысты және аймақтың экономикалық, экологиялық, әлеуметтік дамуының жүйелік мәселелерін тиімді шешуді қамтамасыз ететін іс-шаралардың кешенін түсінуге болады. Зерттеу көрсеткендей, аймақтың түрлі салаларында тап осы жүйелік мәселелер дағдарыстық жағдайлардың көзі болып табылады, олардың алдын алу және жою әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің басты міндеті болып табылады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Назарбаев Н.А. Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие, Астана, 2015.
2. Назарбаев Н.Ә., «Нұрлы жол – болашаққа бастар жол» жаңа экономикалық саясат, Астана, 2014.
3. Назарбаев Н.Ә., «Қазақстан-2050 стратегиясы- қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты», «Егемен Қазақстан» №831 (27902), 15 желтоқсан, 2012 жыл., 1-8 беттерде
4. Шеденов Ә.Қ. Әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздікті басқару, оқу құралы, Алматы, Қазақ Университеті, 2014.

ТАУАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АНЫҚТАУДЫҢ ӘДІСТЕРІН САЛЫСТЫРМАЛЫ ТАЛДАУ

Шуренов Н.Б. – оқытушы

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Тауардың бәсекеге қабілеттілігі оның құрамындағы заттармен, сапасымен, беріктігімен, адам өміріне қауіпсіздігімен және сол сияқты көптеген жағдайлармен бағаланады. Өндіруші өз тауарының бәсекеге қабілеттілігін бағалағанда тұтынушы тарапынан қойылатын талаптарды ескеруі қажет. Бәсекеге қабілетті тауарға белгілі қасиеттер тобы сай болады. Өндіруші тұтынушылар талабымен бірге өткізу нарығындағы бәсекенің үстемдігін де ескеруі шарт. Сол сияқты, өз тауарының сапасының белгіленген стандарттар мен нормаларға сәйкестігін бақылау керек.

Бүгінгі таңда тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың көптеген әдістері мен оларды жүргізу жолдары қалыптасқан, негізгілері 1 – суретте көрсетілген. Олардың бірқатары тауарды бәсекелес тауарлардың жалпы сипатымен салыстырып талдауға негізделсе, тағы бір тобы индустриалды әдіспен бағаланады.

Төмендегі 1 – суретте көрсетілген әдістерге қысқаша тоқталып өтейік:

Салыстырмалы әдіс. Мұндай бағалаулардың негізі болып зерттелетін тауардың сапалық және құндылық көрсеткіштерін тұтынушы талаптарымен салыстыру саналады. Алайда, тұтынушының талаптары туралы мәлімет алудың біршама қиындығына орай, тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау базалық тауармен салыстыру арқылы жүргізіледі. Бұл үшін нарыққа ұсынылған ұқсас тауарлардың ішінен өтімділігі жоғары, тұтынушылық қасиеттері сенім туғызатын және беделді өндірушінің тауары таңдап алынады. Осы үлгілі тауардың көрсеткіштеріне салыстырмалы тауар көрсеткіштерінің сәйкес келетіндігі немесе сәйкес келмейтіндігі оның бәсекеге қабілеттілігінің деңгейін анықтайды.

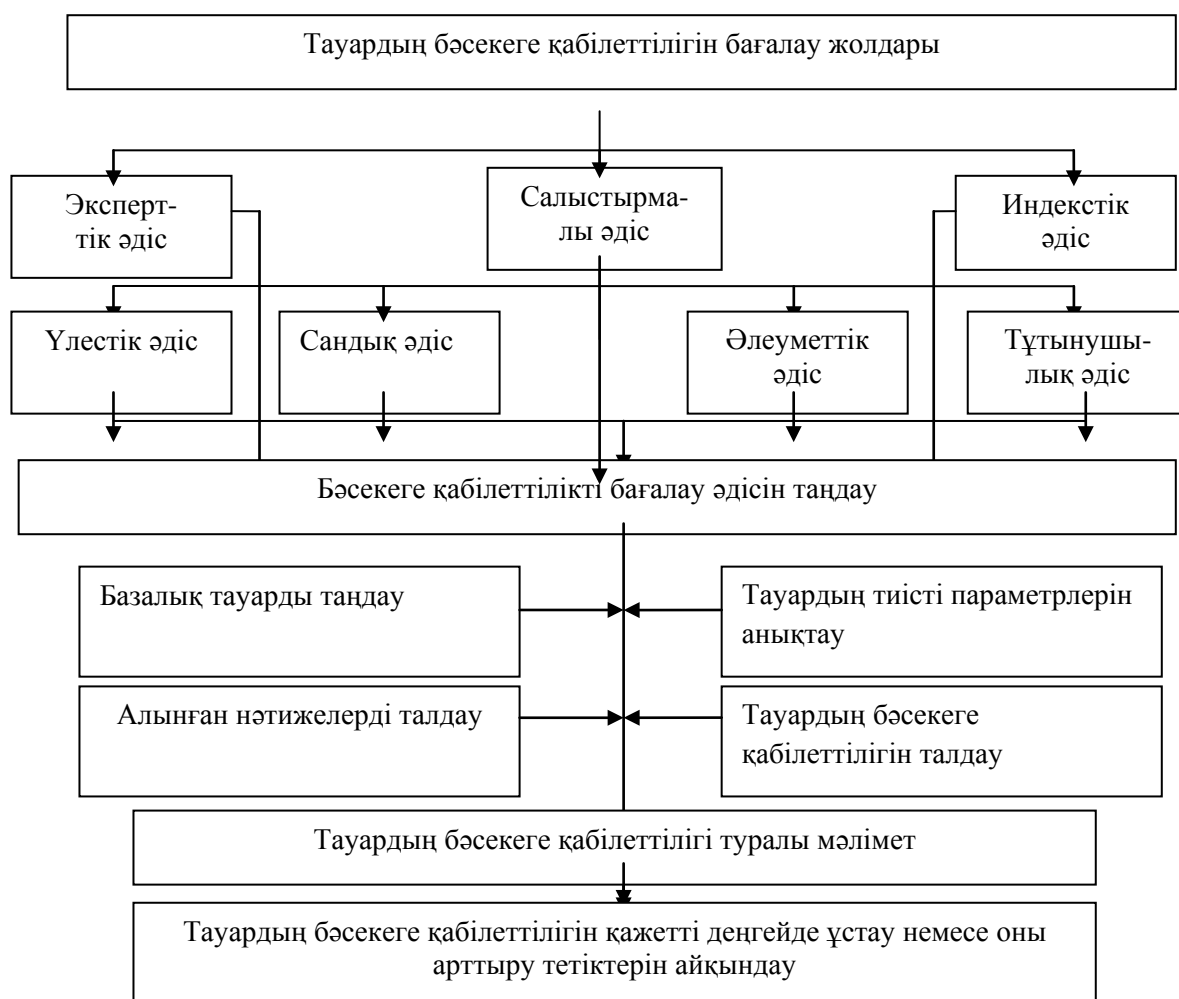
Эксперттік әдіс. Эксперттік әдісті қолданудың көптеген тиімділіктері бар. Ең алдымен, ол – тауарды бағалау кезінде оның негізгі сипаттамаларын анықтаудың әр алуандығы. Екіншіден, тауардың қасиеттерін сипаттайтын бағалаушыларды қарапайым тұтынушылардан білікті маманға дейін тарту мүмкіндігі. Үшіншіден, тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалағанда эксперттерді таңдау мұқияттылықты қажет етеді. Өйткені, таңдалған әрбір эксперт алынатын соңғы нәтиженің сапасына белгілі бір деңгейде ықпал етіп отырады [1].

Эксперттік бағалау 3 кезеңде жүргізіледі.

Бірінші кезеңде тауардың параметрлері белгіленеді және олардың маңызы анықталады. Бұл көрсеткіштердің маңыздылығын анықтау үшін сарапшыларға 1-ден 5-ке дейін, немесе 1-ден 10-ға дейінгі аралықта шкала ұсынылады. Көрсеткіштерді таңдау тұтынушы қызығушылығы арқылы түсіндіріледі.

Зерттеудің екінші кезеңінде тұтынушылардан пікір сұрау жүргізіледі.

Үшінші кезеңде сұраныс нәтижесі талданып, тауардың бәсекеге қабілеттілігі бағаланады. Әр параметр бойынша бәсекеге қабілеттілік коэффициенті есептеледі [2].



Сурет 1 – Тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың схемасы [1]

Индекстік әдіс. Индекстік әдісті есептеуде оның сапасы мен бағасын бейнелейтін жекелей, топтық және интегралдық индекстерді қолданады. Көп жағдайда қолданылатын бұл индекстің ерекшелігі, жоғарыда аталған әдістер сияқты, бағаланатын тауардың әрбір көрсеткіштерін үлгілі тауар көрсеткіштерімен салыстырылуында. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалауда қолданылатын барлық көрсеткіштерді нормативті, техникалық, экономикалық деп үш топқа бөлінеді. Оны диаграмма түрінде ұсынайық (2 – сурет):

2-суреттегі тауардың бәсекеге қабілеттілігінің көрсеткіштеріне тоқталып өтейік. Алғашында тауардың бәсекеге қабілеттілігінің нормативтік параметрлері анықталады. Бәрінен бұрын өнімнің патенттік тазалығы бағаланады. Содан кейін тауар параметрлерінің стандарттар мен талаптарға сәйкес келуі белгіленеді. Жоқ дегенде бір нормативтік көрсеткіш (экологиялық, қауіпсіздік, құқықтық, өзара алмастырушы, санитарлы-ветеринарлық) белгіленген талапқа сай келмесе, бәсекеге қабілеттілікті бағалау үдерісі ары қарай жүргізілмейді. Бәсекеге қабілеттіліктің нормативті параметрлерін бағалау үшін 1 немесе 0-ге тең индекс енгізіледі. Тауар сапасы міндетті стандарттарға, нормативтерге және шарттарға сай келсе, индекс 1-ге, ал сай келмесе 0-ге тең болуы мүмкін. Егер нормативтік көрсеткіштердің біреуі 0-ге тең болса, онда жалпы көрсеткіш те 0-ге тең болады. Бұл тауардың бәсекеге қабілетсіздігін көрсетеді. Нормативтік көрсеткіштердің жиынтығын нормативтік параметр деп атаймыз.



Сурет 2 – Тауардың бәсекеге қабілеттілігінің көрсеткіштері [2]

Сондықтан, барлық нормативтік көрсеткіштердің негізінде нормативтік параметрді есептейміз. Оны есептеу төмендегі 1-формулада көрсетілген.

Нормативтік параметр (ЖНП) бойынша жалпы топтық көрсеткіш ЖНП әр көрсеткіштің (g_i) туындысын көрсетеді.

$$\text{ЖНП} = \frac{\pi}{i=1}^n g_i, \quad (1)$$

мұндағы: ЖНП – нормативтік көрсеткіштер бойынша жалпы индекс;
 g_i - нормативтік параметрлер бойынша бірлік көрсеткіш;
 i – бағаларды көрсететін нормативтік параметрлер саны;
 π – нәтиже.

Нормативтік көрсеткіштер бойынша жалпы индексті есептегеннен кейін тауардың бәсекеге қабілеттілігінің келесі көрсеткіші-техникалық параметрлер бойынша топтық көрсеткішті есептейміз. Оны есептеу жолы төмендегі 2-формулада көрсетілген.

Тауардың техникалық сипаттамасын санды түрде техникалық параметр бірлігі шамасының (Te_i) сондай эталон параметр шамасына, олардың қуаттылығы, икемділігі, сыйымдылығы, өнімділігі, жанар-жағармай шығындары бойынша салыстыру арқылы көрсетуге болады.

$$Te_i = \frac{t_{Hi}}{t_{эi}} \times 100\% \quad (2)$$

мұндағы: Te_i – i параметрлері бойынша техникалық көрсеткіш;
 t_{Hi} – талданатын тауардың i параметрінің өлшемі;
 $t_{эi}$ – жалпы тауардың i параметрінің мөлшері.

Әрбір i параметрлер бойынша техникалық көрсеткішті есептегеннен кейін техникалық параметрлер бойынша топтық көрсеткішті есептейміз. Оны есептеу төмендегі 3-формулада көрсетілген.

Техникалық параметр бойынша (ЖТП) топтық көрсеткішті белгілеу үшін әр параметрдің мәнділігі есебінен бірлік көрсеткішті (Li) жинақтау қажет:

$$J_{\text{ТП}} = \prod_{i=1}^n T_{ei} * Li ; \quad (3)$$

мұндағы: $J_{\text{ТП}}$ - техникалық параметрлер бойынша топтық көрсеткіш;
 T_{ei} – i параметрі бойынша бірлік техникалық көрсеткіш;
 Li – жалпы параметрі бойынша коэффициент;
 n – бәсекелестік бағаланатын техникалық параметрлер саны.

Нормативтік, техникалық параметрлер бойынша топтық көрсеткішті есептегеннен кейін параметрлердің 3-ші тобына экономкалық көрсеткіштер бойынша топтық көрсеткішті есептейміз. Оны есептеу төмендегі 4-формулада көрсетілген.

Топтық экономикалық көрсеткішті ($J_{\text{ЭП}}$) анықтау үшін талданып отырған тауар (C_{n}) мен эталон немесе ұқсас-тауардың тұтыну бағасын салыстыру қажет.

$$J_{\text{ЭП}} = \frac{C_{n}}{C_{nэ}} \quad (4)$$

мұндағы: $J_{\text{ЭП}}$ – экономикалық параметрлер бойынша топтық көрсеткіш;
 C_{n} – тауарды тұтыну бағасы;
 $C_{nэ}$ – талданатын тауардың тұтынатын бағасы.

Тауардың тұтыну бағасы нарықты сату бағасы мен барлық шығындар түрінде белгіленеді.

Нормативтік, техникалық және экономикалық параметрлер бойынша есептелген топтық көрсеткіштер (интегралдық) негізінде талданып жатқан тауардың кешенді көрсеткіші (K_k) немесе бәсекеге қабілеттілік көрсеткіші есептелінеді. Оны есептеу төмендегі 5-формулада көрсетілген.

$$K_k = J_{\text{НР}} * J_{\text{ТП}} / J_{\text{ЭП}} \geq 1 \dots \dots \quad (5)$$

мұндағы: K_k – талданатын тауар бәсекелестігі коэффициенті;
 $J_{\text{НР}}$ – нормативті параметр бойынша топтық көрсеткіш;
 $J_{\text{ТП}}$ – техникалық параметр бойынша топтық көрсеткіш;
 $J_{\text{ЭП}}$ – экономикалық параметр бойынша көрсеткіш.

Есептелген коэффициент негізінде талданып отырған тауардың бәсекеге қабілеттілігі жөнінде шешім қабылданды. $K_k < 1$ болған жағдайда талданатын тауар эталонынан немесе ұқсас тауардан бәсекеге қабілеттілігі төмен болады, $K_k = 1$ болғанда талданатын тауар мен эталон тауар тең көрсеткішке ие болады, ал егер $K_k > 1$ болғанда талданып отырған тауардың бәсекеге қабілеттілігі ұқсас тауардан жоғары болады. $K_k > 1$ болғанда осы тауарды өндіру және нарыққа шығару жөнінде шешім қабылданады, ал $K_k < 1$ болса, онда бәсекеге қабілеттіліктің қажетті деңгейіне жету мақсатында техникалық және экономикалық параметрлерді көтеру үшін тиісті іс – шаралар жасау керек. Мұндай бағалау тауарды жасау кезеңінде бәсекелес тауарға қарағанда көп жағдайда тұтынушыны қанағаттандыратын сапа, сервис, өндіріс шығындары және баға сипаттамаларын анықтауға мүмкіндік береді. Алайда, бұл әдісті кең көлемде жүргізуге тұтынушылардан қажетті мәліметтерді алудың қымбаттылығы (маркетингтік шараларға) әсет етуі мүмкін [2].

Интегралдық көрсеткішті есептегеннен кейін тауардың бәсекеге қабілеттілігі туралы тұжырым шығады. Егер де тауар бәсекеге қабілетсіз болатын болса, онда бәсекеге қабілеттілікті арттыру және шығындарды оңтайландыру жөніндегі шараларды талдап, оны жүзеге асыруымыз керек. Сонда ғана, тауарымыз бәсекеге қабілетті бола алады.

Тұтынушылық әдіс. Бұл әдіс өнімді өндіру барысында оның технологиялық дайындалу ерекшеліктерін, оның сапалық деңгейін және оны өткізу кезеңінде тұтынушыларға жағымдылығы мен тиімділігін анықтау арқылы жүргізіледі. Соңғы кездері, кәсіпорынды дамыту мен оның тиімділігін арттыруда елеулі нәтиже беріп жүрген маркетингтік ізденістер тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалауда да жан-жақты мәліметтер алуға қолайлы болып саналады. Дұрыс

ұйымдастырылған және міндеттері белгіленген маркетингтік зерттеулер тауардың сұранысын арттыру шараларының нәтижелілігін қамтамасыз етіп отырады [3].

Үлестік әдіс. Бұл әдіс тауардың оның тұтыну нарығындағы алатын үлесі арқылы бағалауына негізделген. Осы әдіс арқылы тауардың нарықтағы бәсекелестердің тауарымен салыстырғандағы әлсіз және ұтымды жақтарын анықтауға, сонымен қатар нарықтағы үлестері арқылы тез немесе баяу дамып бара жатқан бәсекелестерін айқындауға да мүмкіндік туады [4].

Алайда, бұл әдіспен тек ашық әрі жетілген нарықта ғана дұрыс ақпарат алуға болады. Себебі, әрбір мемлекет өзінің ішкі нарығын импорттан шектеу, отандық өндірушілерін қолдау саясатын жүргізіп отыруы мүмкін. Бұл жағдайда, сыртқы бәсекелестердің жетістіктері мен кемшіліктерін жүйелі түрде бақылау мүмкін емес.

Сандық әдіс. Бұл әдісті Ресейлік ғалым Р.А.Фатхудинов ұсынған. Бұл әдіс (тауардың қызмет ету мүмкіндіктері, тауар шығару көлемі, ресурстарды ұтымды жұмсау, шығынды азайту) көбінесе машина жасау өнеркәсібінің өнімдерін бағалауға қолайлы болып саналады. Ол үшін тауардың тиімділігі мен бәсекелестері туралы сапалы ақпарат қажет. Алайда, мұндай мәліметтерді жинаудың қиын екенін ескерсек, бұл әдіспен тауарды бағалаудың өзі күрделене түседі [5].

Әлеуметтік әдіс. Бұл әдістің ерекшелігі – мәліметтерді тұтынушылардан сұрау жүргізу арқылы аламыз. Бұл әдіс анкеталық сауал бойынша өтімі көп өнімді анықтау нәтижесінде тиісті шараларды қабылдауға жағдай жасайды. Көптеген әдістердің ішінде бұл әдіс ең қарапайым және шығыны төмен болып есептеледі. Негізінен, тауардың бәсекеге қабілеттілігі белгілі бір уақыт аралығында өзгеріп отыратынын ескерсек, онда аталған әдіспен оның деңгейін жиі-жиі бағалауға болады [6].

Жоғарыда келтірілген әдістердің әрбірі нақты өндіріс пен оның өнімдерін бағалау үшін дайындалған. Бұл әдістердің қайсысы болмасын, алынған мәліметтерді сараптауға, тиісті қорытындалар шығаруға және сол арқылы тауардың бәсекеге қабілеттілігін қажетті деңгейде ұстау немесе оны арттыру тетіктерін айқындау шараларын дайындауға негіз болады.

Жоғарыда аталған әдістерді талдай келе мынандай қорытындылар жасауға болады:

- Тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтау әдістері көп. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтау әдістерінен әр сала өнімдерін бірдей тиімділікпен анықтайтын әмбебап үлгісін жасау өте қиын. Себебі, әр сала өнімдерінің өзіндік дайындалу ерекшеліктері бар, соған сәйкес олардың құндылықтары да өзгешеленеді.

- Кез келген тауардың бәсекеге қабілеттілігін әділ бағалаушы-тұтынушы екенін ескерсек, тауардың сапалық және тартымдылық қасиеттерінің деңгейін де тұтынушылар таразысына салған жөн. Тұтынушы талғамы кәсіпорын тауарының жетістіктері мен кемшіліктерін айқындап, сол нәтижелер бойынша нақты міндеттер белгілеуге мүмкіндік жасайды.

- Эксперттік әдісті қолданудың көптеген тиімділіктері бар. Ең алдымен, ол– тауарды бағалау кезінде оның негізгі сипаттамаларын анықтаудың әр алуандығы. Екіншіден, тауардың қасиеттерін сипаттайтын бағалаушыларды қарапайым тұтынушылардан білікті маманға дейін тарту мүмкіндігі. Үшіншіден, тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалағанда эксперттерді тандау мұқияттылықты қажет етеді. Өйткені, таңдалған әрбір эксперт алынатын соңғы нәтиженің сапасына белгілі бір деңгейде ықпал етіп отырады

Әдебиеттер тізімі:

1. Әмірбекұлы Е. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі. – Алматы. Экономика, 2009. – 120 б.
2. Есімжанова С.Р. Маркетинг.оқу құралы. – 3-басылым. – Алматы. ЭКО, 2009. – 212-220 б.
3. Шкардун В.Д., Стерхова С.А. Комплексный метод оценки конкурентоспособности нового товара // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2001. – Т.1. – №4. –15-25 б.
4. Юрашев В. Количественные показатели контроля конкурентоспособности торговой марки // Маркетинг. – 2002. – №6. – 55-58 б.
5. Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – Москва. ИНФРА-М, 2000. – 312 б.
6. Чкалова О. Оценка конкурентной среды торговых предприятий // Маркетинг. – 2002. –№4. – 35-43 б.

СПОСОБЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

Усманов А. – PhD докторант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

На сегодняшний момент времени так сложилось, что наука является важным инструментом экономического развития любого субъекта. Наука превратилась в специфическую сферу товарного производства, где товаром является объект интеллектуальной собственности.

Внедряя научные разработки хозяйствующие субъекты, регионы, государство повышают свою конкурентоспособность. Если рассматривать непосредственно предпринимательский сектор, то

следует помнить, что предпринимателю важно заинтересовать потенциального клиента, привлечь новые группы потребителей, – тем самым повысить уровень конкурентоспособности, это все возможно с помощью применения инноваций и инновационных технологий. Инновации являются результатом труда ученых, но этот труд необходимо оформить в проект и внедрить, т. е. реализовать на рынке. Однако научное и предпринимательское сообщество находятся на разных сторонах пропасти. Если ученые научатся мыслить в категориях рынка, то они смогут зарабатывать на «интеллекте» [1]. Именно слова Томаса Эдисона: «Я не стану изобретать то, что нельзя продать» должны быть лозунгом для научного сообщества в современных рыночных условиях. Для того, чтобы научная деятельность не оставалась в тени, необходимо ее результаты внедрять в реально существующие субъекты. Если инновация и технология не находят применения, остаются никому не известными, не получают финансирования, не привлекают новых исследователей, то они «погибают» и, как следствие, полученный результат интеллектуальной деятельности остается не применим на практике. Выход на рынок товара, услуги, технологии – единственный способ для выживания инновации. Внедрение инноваций может осуществляться несколькими путями:

1. На коммерческой основе – коммерциализация инноваций.
2. На некоммерческой основе.

По мнению М. Портера, «процветание, особенно в продвинутых экономиках, вытекает из способности национальных компаний создавать, а затем в глобальном масштабе коммерциализировать новые продукты и процессы, осваивая передовые рубежи инноваций тем быстрее, чем ближе конкуренты» [2]. Исходя из этого, во всех экономически развитых странах мира ключевую роль в эффективном развитии национальной экономики играет инновационная деятельность. Осознавая важность инновационных процессов, правительства развитых стран создали все необходимые условия для их поддержки и регулирования. Представленные в виде принятия соответствующих нормативных актов, создания инновационной инфраструктуры и государственного стимулирования инновационной деятельности.

Как показывает мировой опыт, одним из основных источников новых технологий и инноваций, без которых не может обойтись ни одна инновационная экономика, являются предприятия, осуществляющие инновационную деятельность. Инновационные предприятия не только обеспечивают развитие научно-технической сферы страны, наряду с научно-исследовательскими институтами, но также имеют огромное значение для социально-экономического развития. Предприятия инновационной сферы формируют здоровую конкурентную среду, содействуют занятости населения, за счет налогов пополняют государственный бюджет, создают и поддерживают инновационную активность в стране, и самое главное обеспечивают экономический рост.

Но в современных условиях для эффективного развития и сохранения собственной конкурентоспособности предприятиям недостаточно только разрабатывать инновационные продукты, но и жизненно необходимо реализовывать их на рынке.

Коммерциализация инновационных разработок – это привлечение инвесторов для финансирования деятельности по реализации этой разработки из расчета участия в будущих прибылях в случае успеха [3].

Процесс коммерциализации инновационных разработок обычно включает в себя участников, обладающих финансовыми ресурсами.

Процесс освоения нововведений является длительным, дорогостоящим и рискованным, так как нововведение является продуктом интеллектуальной деятельности.

Коммерциализация, по определению В.И. Мухопада, представляет собой процесс превращения объекта собственности (инновации) в прибыль средствами торговли [4]. Е.А. Монастырский и Я.Н. Грик определили коммерциализацию как получение дохода от ее продажи или использования в собственном производстве [5]. Дж. Козметский описывает коммерциализацию как процесс, с помощью которого результаты научных исследований и опытно-конструкторских разработок (НИОКР) своевременно трансформируются в продукты и услуги на рынке [6].

Другими словами, коммерциализацию можно представить как процесс выведения инновационных продуктов на рынок. Данный процесс включает в себя несколько последовательных этапов.

На первом этапе, если предприятие ведет разработку нескольких инновационных продуктов, происходит оценка и отбор тех, которые наиболее выгодны для выведения на рынок. Оценка осуществляется в виде проведения экспертизы по определенным критериям: потенциал инновационного продукта, востребованность данного продукта в обществе, востребованность продукта у потенциального покупателя (в определенном сегменте рынка), потенциальную экономическую эффективность от реализации продукции (чистая текущая стоимость, внутренняя норма рентабельности, срок окупаемости и т.д.).

Второй этап процесса коммерциализации заключается в формировании необходимых финансовых средств. Поскольку только единицы инновационных предприятий имеют достаточный объем средств для самостоятельного финансирования разработок, то основной задачей предприятия на этом этапе является привлечение инвестора.

На третьем этапе происходит закрепление прав на созданную инновацию с их распределением между всеми участниками процесса.

Наконец, четвертый и последний этап коммерциализации предполагает организацию производства инновации либо ее внедрение в производственный процесс с дальнейшей ее доработкой при необходимости.

На основе этих фактов можно сказать о том, что процесс коммерциализации является сложным за счет потребности в финансовом, организационном, нормативно-правовом обеспечении инноваций.

Отметим, что инновационные предприятия не являются единственными участниками процесса коммерциализации, но в данной статье коммерциализация рассматривается именно с позиции инновационных предприятий.

К разработчикам инноваций относятся:

- научно-исследовательские институты – в настоящее время один из наиболее успешных и быстро развивающихся участников процесса коммерциализации, имеющий значительное количество перспективных разработок. Процесс коммерциализации здесь осуществляется не самим институтом, а его владельцем (заказчиком разработки) – государством, крупной фирмой, частным инвестором;

- малые и средние предприятия – также быстро развивающийся участник процесса коммерциализации, который, в отличие от научно-исследовательских институтов, реализует самостоятельно (либо через посредников);

- коллективы изобретателей и изобретатели-одиночки – состоят в основном из молодых ученых, по каким-либо причинам «отделившихся» от научно-исследовательских институтов или предприятий. Часто имеют большое количество разработок, но неспособны довести их до рыночного применения.

К покупателям инновации (инвесторам) относятся:

- государственные фонды и программы – используются во всех развитых странах мира, и предназначены для обеспечения разработчиков инноваций финансовыми, информационными и другими ресурсами, а также оказания помощи при коммерциализации разработок;

- негосударственные фонды, гранты и программы – оказывают такой же спектр услуг, что и государственные;

- венчурные фонды и «бизнес – ангелы» – предоставляют значительную финансовую помощь разработчикам инноваций, в обмен на возврат вложений или долю в капитале, либо передачу прав на созданную инновацию;

- крупные и средние фирмы – полностью финансируют создание и продвижение инноваций с целью их дальнейшего выпуска или внедрения в собственное производство.

В процессе коммерциализации самым важным моментом для инновационных предприятий является выбор способа коммерциализации. Каждый инновационный продукт уникален и предназначен для решения определенной проблемы, поэтому предприятиям необходимо серьезно подходить к этому вопросу.

Прежде чем выбрать способ коммерциализации, предприятиям необходимо проанализировать каждый из них и выбрать наиболее подходящий. В таблице 1 приведены основные достоинства и недостатки каждого из способов коммерциализации инновационных продуктов [7].

Таблица 1 – Достоинства и недостатки способов коммерциализации инноваций

Способы коммерциализации	Достоинства	Недостатки
Самостоятельное использование	При успешной организации производства и «захвату» ниши на рынке, очень высокие доходы; Постоянный контроль предприятия и производства; Полное распоряжение правами на интеллектуальную собственность (инновации).	Высокие риски; Большой срок окупаемости; Требуется наличие значительных финансовых ресурсов.
Переуступка части прав на инновацию	Минимальные риски; Небольшие затраты; Достаточно короткий срок окупаемости; Выход на новые рынки за счет других компаний;	Значительно меньшие доходы по сравнению с другими способами коммерциализации; Риск нарушения лицензиатом патентных прав;

	Возможность формирования собственного товарного знака; Получение финансирования от заказчика при заключении подрядного договора.	Риск появления контрафактной продукции.
Полная передача прав на инновацию	Минимальные риски; Небольшие затраты; Минимальный срок окупаемости; Возможность получения очень высокого дохода, в зависимости от значимости разработанной инновации.	Риск недополучения потенциального дохода; Из-за усиления позиций конкурентов вероятно вынужденная смена области деятельности.

Исходя из того, что получение прибыли является главной целью любой фирмы, основной задачей для предприятия при анализе способов коммерциализации является выявление и расчет потенциальных доходов и расходов каждого из них

Научные разработки должны быть обязательно реализованы на практике. И одним из путей реализации инновационных разработок является коммерциализация. Внедрение инноваций в практическую деятельность повышает конкурентоспособность и уровень экономической безопасности как страны в целом, так и отдельных предпринимательских структур.

Таким образом, важнейшим элементом инновационного процесса является коммерциализация, который служит одним из основных условий успешного внедрения результатов инновационной деятельности в любой стране. Индивидуальность инновационных продуктов требует от каждого предприятия разработки своего собственного подхода к данному процессу. Поэтому для эффективной коммерциализации инновационных разработок предприятиям необходимо уделять особое внимание выбору способа коммерциализации. Предприятие, которое может не только разработать инновацию, но и правильно ее реализовать, способно сохранить свою конкурентоспособность и повысить эффективность своей деятельности.

Список литературы:

1. Крутик, А.Б. Направления коммерциализации отечественных инновационных разработок / А.Б. Крутик, Д.С. Криворотов // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 1/2013.
2. Porter, M. The Impact of Location on Global Innovation / M. Porter // The Global Competitiveness Report. – 2002–2003. – P. 227.
3. http://fido.fem.spbstu.ru/modules/library/text_book.php?id=2&page=112 – СПбГПУ Кафедра ФИДО»
4. Мухопад В.И. Сущность, средства и проблемы коммерциализации интеллектуальной собственности в российской экономике // Материалы секционного заседания Третьего Всероссийского форума «Интеллектуальная собственность – XXI век» 20-23 апреля 2010 г. / Под ред. Е.В. Королевой. – М.: Российский государственный институт интеллектуальной собственности (РГИИС), 2010. – 96с.
5. Козметский Дж. Вызов технологических инноваций на пороге новой эры общемировой конкуренции // Трансфер технологии и эффективная реализация инноваций. / Под ред. Н.М. Фонштейн. – М.: АНХ, 1999. – 296с.
6. Монастырный Е.А., Грик Я.Н. Ресурсный подход к построению бизнес-процессов и коммерциализации разработок // Инновации. – 2004, № 7. – С. 85 - 87.
7. Ляшин А. Стратегии коммерциализации инноваций — мост между инноватором и бизнесом [Электронный ресурс] // Экономика и жизнь. – 2011, №36 (9402). – URL: <http://www.eg-online.ru/> (дата обращения: 27.01.2012).

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Лян Юнган – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Управление системами в состоянии неравновесия и дисбаланса, требует от руководителей освоения практических навыков предвидения и распознавания кризисов, устранения отрицательных последствий возникающих негативных факторов. Антикризисное управление включает комплекс методов, применяемых в разных функциональных подсистемах менеджмента. Социальные технологии, методы экономического анализа, прогнозирование, разработка сложных инвестиционных проектов и антикризисных программ, планов реструктуризации и реорганизации — применяются в комплексе для своевременного предупреждения и преодоления кризисов.

Антикризисное управление включает совокупность знаний и результаты анализа практического опыта, которые направлены на оптимизацию механизмов регуляции систем, выявления скрытых ресурсов, потенциала развития на сложном этапе развития. Специфика антикризисного управления связана с необходимостью принятия сложных управленческих решений в условиях ограниченных финансовых средств, большой степени неопределенности и риска. Менеджер, решающий подобные

задачи, сталкивается с необходимостью действовать своевременно и быстро, растет уровень его ответственности.

К возникновению кризиса на уровне хозяйствующих субъектов приводят следующие факторы:

внешние факторы — несбалансированная денежно-кредитная и бюджетно-налоговая политика, неудовлетворительная структура доходов и расходов населения, нестабильность функционирования базовых политико-правовых институтов, отставание в научно-техническом развитии, конкуренция;

внутренние факторы — ошибки в производственной, финансовой, маркетинговой стратегии, нерациональное использование ресурсов, непрофессиональный менеджмент, низкий уровень организационной и корпоративной культуры;

информационные факторы — несоответствие действительности информации, используемой при управлении объектом вследствие политических факторов, маркетинговой стратегии контрагентов и/или конкурентов либо управления подсистемами объекта, направленного на преследование целей за пределами задач проекта.

Антикризисное управление — такая система управления предприятием, которая имеет комплексный, системный характер. Она направлена на предотвращение или устранение неблагоприятных для бизнеса явлений посредством использования всего потенциала современного менеджмента, разработки и реализации на предприятии специальной программы, имеющей стратегический характер, позволяющей устранить временные затруднения, сохранить и преумножить рыночные позиции при любых обстоятельствах, при опоре в основном на собственные ресурсы.

Кризис предприятия вызывается несоответствием его финансово-хозяйственных параметров параметрам окружающей среды. Данные факторы можно разделить на две основные группы:

1. Внешние (не зависящие от деятельности предприятия);

2. Внутренние (зависящие от деятельности предприятия).

Внешние факторы возникновения кризиса можно в свою очередь подразделить на:

1. Социально-экономические факторы общего развития страны:

- Рост инфляции;
- Нестабильность налоговой системы;
- Нестабильность регулирующего законодательства;
- Снижение уровня реальных доходов населения;
- Рост безработицы.

2. Рыночные факторы:

- Снижение емкости внутреннего рынка;
- Усиление монополизма на рынке;
- Нестабильность валютного рынка;
- Рост предложения товаров-субститутов.

3. Прочие внешние факторы:

- Политическая нестабильность;
- Стихийные бедствия;
- Ухудшение криминогенной ситуации.

4. Внутренние факторы возникновения кризиса:

а) Управленческие

- высокий уровень коммерческого риска;
- недостаточное знание конъюнктуры рынка;
- неэффективный финансовый менеджмент
- плохое управление издержками производства;
- отсутствие гибкости в управлении;
- недостаточно качественная система бухгалтерского учета и отчетности

б) Производственные

- Необеспеченность единства предприятия как имущественного комплекса;
- Устаревшие и изношенные основные фонды;
- Низкая производительность труда;
- Высокие энергозатраты;
- Перегруженность объектами социальной сферы.

с) Рыночные

- Низкая конкурентоспособность продукции;
- Зависимость от ограниченного круга поставщиков и покупателей.

Именно неэффективность управления следует отнести к наиболее характерной для современных предприятий проблеме, препятствующей их эффективному функционированию в условиях сложившихся рыночных отношений. Эта проблема обусловлена следующими факторами:

1. Отсутствием стратегии в деятельности предприятия и ориентацией на краткосрочные результаты в ущерб среднесрочным и долгосрочным;
2. Низкая квалификация и неопытность менеджеров;
3. Низкий уровень ответственности руководителей предприятия перед собственниками за последствия принимаемых решений, за сохранность и эффективное использование имущества предприятия, а также за финансово-хозяйственные результаты его деятельности.

Принципы, на которых базируется система антикризисного управления. К числу основных принципов относятся:

Ранняя диагностика кризисных явлений в финансовой деятельности предприятия. Возможность возникновения кризиса должна диагностироваться на самых ранних стадиях с целью своевременного использования возможностей ее нейтрализации.

Срочность реагирования на кризисные явления. Чем раньше будут применены антикризисные механизмы, тем большими возможностями к восстановлению будет располагать предприятие.

Адекватность реагирования предприятия на степень реальной угрозы его финансовому равновесию. Используемая система механизмов по нейтрализации угрозы банкротства в подавляющей своей части связана с финансовыми затратами или потерями. При этом уровень этих затрат и потерь должен быть адекватен уровню угрозы банкротства предприятия. В противном случае не будет получен ожидаемый эффект (если действие механизмов недостаточно), или предприятие будет нести неоправданно высокие расходы (если действие механизма избыточно).

Полная реализация внутренних возможностей выхода предприятия из кризисного состояния. В борьбе с угрозой банкротства предприятие должно рассчитывать исключительно на внутренние финансовые возможности.

Антикризисное управление имеет предмет воздействия — факторы кризиса, т.е. все проявления неумеренного совокупного обострения противоречий, вызывающих опасность крайнего его проявления, наступления кризиса. Факторы кризиса могут быть предполагаемыми и реальными.

Суть антикризисного управления выражается в следующих положениях:

- кризисы можно предвидеть, ожидать и вызывать;
- кризисы в определенной мере можно ускорять, предвирать, отодвигать;
- к кризисам можно и необходимо готовиться;
- кризисы можно смягчать;
- управление в условиях кризиса требует особых подходов, специальных знаний, опыта и искусства;
- кризисные процессы могут быть до определенного предела управляемыми;
- управление процессами выхода из кризиса способно ускорять эти процессы и минимизировать их последствия.

Кризисы различны, и управление ими также может быть различным. Это многообразие проявляется в системе и процессах управления (алгоритмах разработки управленческих решений) и особенно в механизме управления. Не все средства воздействия дают необходимый эффект в предкризисной ситуации.

Система антикризисного управления должна обладать особыми свойствами:

- гибкость и адаптивность, которые чаще всего присущи матричным системам управления;
- склонность к усилению неформального управления, мотивация энтузиазма, терпения, уверенности;
- диверсификация управления, поиск наиболее приемлемых типологических признаков эффективного управления в сложных ситуациях;
- снижение централизма для обеспечения своевременного ситуационного реагирования на возникающие проблемы;
- усиление интеграционных процессов, позволяющих концентрировать усилия и более эффективно использовать потенциал компетенции.

Антикризисное управление имеет особенности и в части его технологий:

- мобильность и динамичность в использовании ресурсов, проведении изменений и преобразований, реализации инновационных программ;
- осуществление программно-целевых подходов в технологиях разработки и реализации управленческих решений;
- повышенная чувствительность к фактору времени в процессах управления, осуществлению своевременных действий по динамике ситуаций;

усиление внимания к предварительным и последующим оценкам управленческих решений и выбору альтернатив поведения и деятельности;

использование антикризисного критерия качества управленческих решений при их разработке и реализации.

Механизм управления, характеризующий средства воздействия, также имеет свои особенности. Не всегда обычные средства воздействия дают необходимый эффект в предкризисной или кризисной ситуации.

В механизме антикризисного управления приоритеты должны быть отданы:

мотивированию, ориентированному на антикризисные меры, экономии ресурсов, избегания ошибок, осторожности, глубокому анализу ситуаций, профессионализму и пр.;

установкам на оптимизм и уверенность, социально-психологическую стабильность деятельности;

интеграции по ценностям профессионализма и компетентности;

инициативности в решении проблем и поиску наилучших вариантов развития;

корпоративности, взаимоприемлемости, поиску и поддержке инноваций.

Все это в совокупности должно найти отражение в стиле управления, который надо понимать не только как характеристику деятельности менеджера, но и как обобщенную характеристику всего управления. Стиль антикризисного управления должен характеризоваться профессиональным доверием, целеустремленностью, исследовательским подходом, самоорганизацией, принятием ответственности.

Инструментом антикризисного управления является стабилизационная программа.

Сущность стабилизационной программы заключается в маневре денежными средствами для заполнения разрыва между их расходом и поступлением. Заполнение “кризисной ямы” может быть осуществлено увеличением поступления денежных средств (максимизацией), и уменьшением текущей потребности в оборотных средствах (экономией).

Увеличение денежных средств основано на переводе активов предприятия в денежную форму:

Продажа краткосрочных финансовых вложений.

Продажа дебиторской задолженности.

Продажа запасов готовой продукции.

Продажа избыточных производственных запасов.

Продажа инвестиций (деинвестирование).

Продажа нерентабельных производств и объектов непромышленной сферы.

Остановка нерентабельных производств.

Выведение из состава предприятия затратных объектов.

Выкуп долговых обязательств с дисконтом.

Конвертация долгов в уставный капитал.

Форвардные контракты на поставку продукции.

Действия в зависимости от стадии кризиса

Первая стадия кризиса, часто скрытая, — это падение эффективности капитала, снижение рентабельности и объемов прибыли (кризис в широком смысле слова). Вследствие этого ухудшается финансовое положение предприятия, сокращаются источники и резервы развития.

Антикризисное решение этих проблем может лежать как в области пересмотра стратегии фирмы и реструктуризации предприятия, так и её тактики, ведущей к снижению издержек, сокращению штатов управленческого аппарата и рабочих мест, повышению производительности труда и т.п.

Вторая стадия кризиса — появление убыточности производства. Данная проблема решается средствами стратегического управления и реализуется посредством добровольной реструктуризации предприятия.

Третья стадия означает практическое отсутствие собственных средств и резервных фондов у предприятия. Это отрицательно влияет на перспективы его развития, долгосрочное и среднесрочное планирование денежных потоков, рациональное бюджетирование и сопряжено со значительным сокращением производства, поскольку значительная часть оборотных средств направляется на погашение убытков и обслуживание возросшей кредиторской задолженности.

Реструктуризация предприятия и программа стабилизации финансово-экономического состояния требуют экстренных мер по изысканию средств для их осуществления. В случае непринятия таких оперативных мер наступает кризис ликвидности и банкротство. Например, реализация части производственных запасов, материалов, незавершенного производства ниже себестоимости в иной период была бы не оправдана, а в данной ситуации действенная, экстренная мера.

Четвертая стадия — состояние острой неплатежеспособности. У предприятия нет возможности профинансировать даже сокращенное воспроизводство и продолжать платежи по предыдущим обязательствам. Возникает реальная угроза остановки или прекращения производства, а затем и

банкротства. В этой ситуации финансовая несостоятельность нейтрализуется через процедуру банкротства.

Таким образом, первая, вторая и отчасти третья стадии кризиса фирмы составляют содержание кризиса для его собственников. Четвертая стадия представляет собой угрозу для кредиторов.

Кризис может также предоставить новые возможности развития организации. Выразится это, прежде всего, в общем ослаблении всех участников делового оборота (при макрокризисе), что отразится в ослаблении конкурентной борьбы, в необходимости срочного введения инноваций в деятельность компании, которые позволят перейти на новый качественный уровень деятельности организации, в возникновении в следствие кризиса принципиально новых направлений деятельности в существующей области и т.д.

Следует различать антикризисное и долгосрочное управление. Долгосрочное управление основывается на предположении, что современные тенденции развития окружающей деловой среды можно экстраполировать и на будущее. В этом случае представляется несложным определить основные параметры долгосрочного плана, выполнить прежде всего бюджетирование и рассчитать другие, базирующиеся на бюджете, разделы долгосрочного плана. Сформированный таким образом долгосрочный план возможно разбить на более короткие промежутки времени: год, квартал, месяц. Однако исходная предпосылка о неизменности тенденции развития деловой окружающей среды была справедлива для эпохи массового производства и сбыта.

В современных условиях, характеризующихся быстрыми, зачастую непредсказуемыми изменениями среды, более приемлема идеология антикризисного управления, которая основана на предположении о невозможности с достаточной степенью точности предсказать долгосрочные тенденции. Именно турбулентность, нестабильность и, соответственно, непредсказуемость факторов среды привели к появлению антикризисного управления как инструмента формирования долгосрочных конкурентных преимуществ.

Сравнительные характеристики долгосрочного и антикризисного управления приведены ниже:

Характеристика	Долгосрочное	Антикризисное
Цель	Рассчитать результаты деятельности на долгосрочный период и определить ресурсы	Обеспечить долговременные конкурентные преимущества компании
Главная задача	Максимизировать прибыль	Компенсация слабых сторон и использование сильных сторон, а так же возможностей во внешней среде.
Способ достижения	Оптимальное использование ресурсов	Установление соответствия с неопределенной средой
Отношение к среде	Параметры среды – исходные данные для расчетов эффективности.	Важнейший фактор для выбора стратегии управления
Критерии краткосрочной среды	Рентабельность	Устойчивость к изменениям
Отношение у персоналу	Один из ресурсов компании	Важнейший и определяющий ресурс

Зачем нужно антикризисное управление?

Экономическая ситуация изменяется с большой скоростью. Если строить деятельность предприятия только на основе оперативного или даже долгосрочного планирования, высок риск оказаться в ситуации, когда предприятие, реагируя на мелкие ежедневные проблемы, не заметит приближения серьезных неприятностей глобального характера. Тогда ему придется наверстывать упущенное или преодолеть внезапно возникшие проблемы, которые никто заранее не предвидел, ценой гораздо более высоких усилий и издержек. Для того, чтобы не оказаться в таком положении, необходимо, чтобы кто-то на предприятии отслеживал тенденции развития деловой среды, в которой работает предприятие, и степень соответствия внутренних ресурсов предприятия изменениям требований этой среды. Эта работа не связана с повседневной рутинной и необходимость ее выполнения не всегда очевидна. Для того, чтобы эта работа выполнялась, необходимо, чтобы руководители предприятия понимали ее значимость и сами занимались ею на своем уровне - уровне принятия стратегических решений, т.е. осуществляли стратегическое планирование деятельности предприятия и исходя из этого антикризисное управление.

С чего начать антикризисное управление?

Анализ стратегической позиции предполагает выделение, анализ и оценку стратегических зон хозяйствования (СЗХ), перспектив их развития. Под СЗХ понимается определенная конкретная сфера деятельности компании, определяемая потребностями рынка, технологией, типом клиента и географическим районом.

Стратегии антикризисного управления:

1. Сохранение и упрочнение позиции на рынке путем:
инвестирования для обеспечения роста с максимально возможной скоростью;
концентрации усилий по поддержанию сильных сторон бизнеса.

2. Инвестирование в борьбу за лидерство; выборочное инвестирование в сильные стороны деятельности; укрепление наиболее уязвимых сторон деятельности.

3. Обеспечение выборочного роста путем:
специализации на основе сильных сторон деятельности;
поиска путей преодоления слабых сторон деятельности;
ухода с рынка, если отсутствуют признаки приемлемого роста объема продаж.

4. Крупное инвестирование в наиболее привлекательные рыночные сегменты; поддержание способности противодействовать конкурентам; обеспечение высокой прибыльности путем повышения производительности.

5. Защита существующих программ рыночной деятельности; концентрация инвестиций в сегменты, где прибыльность является высокой и риск относительно низким.

6. Ограниченное расширение деятельности, или «сбор урожая» обеспечивается за счет поиска путей расширения деятельности, не связанной с высоким риском, при этом следует минимизировать инвестиции и рационализировать все производственно-сбытовые операции.

7. Сохранение позиции и перефокусировка деятельности путем:
перенесения акцента на зарабатывание текущих денег;
концентрации на привлекательных сегментах;
защиты сильных сторон деятельности.

8. Главный акцент на зарабатывание денег путем:
защиты позиций на наиболее прибыльных сегментах;
модернизации продуктовой линии;
минимизации инвестиций.

9. Уход с рынка. При этом необходимо:
вовремя распродать товары по выгодной цене;
резко снизить постоянные издержки, избегая при этом инвестирования.

Лучшая стратегия для компании оказавшейся в кризисной ситуации – это стратегия направленная на рост. Все усилия необходимо направить на способность предприятия генерировать доходы – увеличение оборота, расширение рынка, создание новых видов продукции, увеличение производительности, сокращение сроков производства, улучшение качества товаров, увеличение оборачиваемости оборотных средств, улучшение системы ценообразования.

АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ ЗАКОНОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В ОБЛАСТИ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Макенова А. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Страхование - необходимая деятельность в современных экономических условиях, представляющая собой отношения между страхователем и страховщиком по защите имущественных интересов физических и юридических лиц (страхователей) при наступлении определённых событий (страховых случаев) за счёт денежных страховых фондов, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов.

Страхование в широком смысле включает различные виды страховой деятельности (собственно страхование, или первичное страхование, перестрахование, сострахование, взаимное страхование), которые в комплексе обеспечивают страховую защиту.

В процессе исторического развития было выработано три метода создания страховых продуктов — самострахование, взаимное страхование, коммерческое страхование.

Государственное регулирование является необходимым элементом и принципом организации страхового дела в любой стране. Целью государственного регулирования является обеспечение формирования и развития эффективно функционирующего рынка страховых услуг, создания необходимых условий для деятельности страховщиков различных организационно-правовых форм, защита интересов страхователей.

В систему мер государственного регулирования входят следующие:

- лицензирование;
- контроль за обеспечением финансовой устойчивости страховщиков;
- разработка форм и порядка статистической отчетности и контроль за своевременным представлением финансовой отчетности страховых организаций;
- налогообложение страховщиков и страхователей;
- другие меры государственного регулирования страховой деятельности, включая контроль за соблюдением порядка выплаты страховых возмещений.

Важным звеном в регулировании страхового рынка выступает система государственного регулирования, необходимость которого связана с защитой прав и интересов страхователей, предотвращением их финансовых потерь вследствие неплатежеспособности страховой организации.

В 2009 году была утверждена Концепция правовой политики Республики Казахстан на 2010-2020 годы. От того, насколько будут реализованы положения Концепции, зависит развитие важных составляющих нашего государства, среди которых экономика и право. Пункт 2 статьи 2 Концепции правовой политики на 2010-2020 годы определил необходимость развития системы государственного управления в Казахстане, неразрывно связанной с правовым обеспечением административной реформы, направленной на создание эффективного и компактного государственного аппарата, внедрение новых управленческих технологий [1]. Государственное регулирование деятельности страхового рынка имеет прямую зависимость от развития административного права, так как административное право регулирует общественные отношения в сфере государственного управления, частью которого и является государственное управление в сфере регулирования деятельности страхового рынка и его участников.

В сфере государственного управления поставлено несколько задач – продолжение работы по упрощению регистрационных, разрешительно-лицензионных процедур, созданию барьеров для незаконного вмешательства государственных органов в деятельность коммерческих и некоммерческих организаций. Данная задача имеет непосредственное отношение к регулированию деятельности участников страхового рынка, так как деятельность профессиональных участников подлежит обязательному лицензированию в органах юстиции.

Следует отметить также и тот факт, что Концепция закрепила как основное направление деятельности государства на ближайшие 10 лет дальнейшее развитие и повышение конкурентоспособности национального рынка ценных бумаг, создание благоприятных условий для его участников, расширение базы эмитентов и линейки финансовых инструментов, развитие инвесторской базы и обеспечение защиты интересов инвесторов. Достижение решения поставленных задач будет осуществлено посредством совершенствования правового регулирования рынка ценных бумаг. Для страховых (перестраховочных) компаний данное направление деятельности государства имеет большое значение, так как от развитости рынка ценных бумаг во многом будет зависеть и доход страховых (перестраховочных) организаций.

В Концепции отмечено, что, несмотря на то, что в стране сформировалась и функционирует современная система обязательного и добровольного страхования, сложился полноценный рынок страховых услуг. Глобальный контекст развития данного рынка требует адекватного правового реагирования на национальном уровне с учетом сложившихся в мировой практике систем страхования и отечественной правоприменительной практики. В рамках решения правовых вопросов системы страхования в условиях активного развития электронной коммерции существует потребность в развитии Интернет-страхования и его нормативно-правовой регламентации. Необходимо также с учетом опыта стран, где введен институт обязательного страхования ответственности адвокатов, рассмотреть возможность введения такого страхования в нашей стране.

Таким образом, реализация положений Концепции правовой политики позволит воплотить в жизнь основные идеи и принципы Конституции республики в контексте нового этапа строительства в Казахстане правового государства.

Проведем анализ действующего национального законодательства в сфере государственного регулирования деятельности страхового рынка. Государственное регулирование деятельности страхового рынка Республики Казахстан включает следующие законодательно-правовые документы:

Так, статья 41 Закона РК «О страховой деятельности в РК» устанавливает основные задачи государственного регулирования в сфере страхования, среди которых:

- 1) создание и поддержание стабильной страховой системы в Республике Казахстан и формирование инфраструктуры национального страхового рынка;
- 2) регулирование страхового рынка и надзор за страховой деятельностью;
- 3) законодательное закрепление основ страхования, установление видов обязательного страхования, принципов участия Республики Казахстан в системе международного страхования;
- 4) защита прав и законных интересов страхователей, застрахованных и выгодоприобретателей [2].

Реализация государственной политики в сфере страхования, включая обеспечение государственного контроля над положением дел на страховом рынке, осуществляется уполномоченным органом и иными органами государства в пределах их компетенции.

Запрещается вмешательство государственных органов и их должностных лиц в деятельность страховой (перестраховочной) организации и страхового брокера, кроме случаев, прямо предусмотренных законодательными актами Республики Казахстан.

В соответствии со статьей 42 Закона РК «О страховой деятельности», содержащей общие положения относительно уполномоченного органа, имеется определение уполномоченному органу. Так, согласно данной статье уполномоченный орган - орган государства, осуществляющий функции и полномочия по регулированию страхового рынка и надзору за страховой деятельностью в соответствии с законодательством Республики Казахстан. Правовой статус уполномоченного органа определяется законодательными актами Республики Казахстан [2].

По мнению ряда ученых, ряд мер государственного регулирования носит явно выраженный антиконституционный характер. Так, по мнению А.И. Худякова, это касается в первую очередь такого института государственного регулирования, как получение разрешения на создание страховой организации, так как требования, которые предъявляются к учредителям страховой организации, являются, как считает А.И. Худяков, необоснованными [3, с. 430].

Так, в соответствии со статьей 27 Закона РК «О страховой деятельности» для получения разрешения на создание страховой (перестраховочной) организации в уполномоченный орган предоставляются следующие документы:

- 1) заявление на получение разрешения на создание страховой (перестраховочной) организации;
- 2) три экземпляра учредительных документов (устав, учредительный договор), засвидетельствованных нотариально и оформленных в установленном законодательством порядке;
- 3) документы, свидетельствующие о принятии решения о создании страховой (перестраховочной) организации;
- 4) сведения об учредителях - юридических лицах (при наличии таких учредителей), включающие копии свидетельств об их государственной регистрации в качестве юридического лица, засвидетельствованные нотариально; копии учредительных документов, засвидетельствованные нотариально; финансовая отчетность за два последних завершаемых финансовых года, заверенная аудиторской организацией, бухгалтерский баланс и отчет о доходах и расходах на конец последнего квартала перед представлением документов;
- 5) сведения об учредителях - физических лицах (при наличии таких учредителей), включая описание источников и сумм денег, используемых для создания страховой (перестраховочной) организации, а также справку об отсутствии не погашенной или не снятой в установленном порядке судимости за преступления, совершенные в сфере экономической деятельности, за коррупционные и иные преступления против интересов государственной службы и государственного управления;
- 6) бизнес-план, заверенный актуарием и разработанный на ближайшие три года для страховых (перестраховочных) организаций, создаваемых в отрасли «общее страхование», и на пять лет для страховых (перестраховочных) организаций, создаваемых в отрасли «страхование жизни».
- 7) нотариально засвидетельствованный документ, подтверждающий полномочия заявителя на подачу заявления от имени учредителей [2].

Среди вышеперечисленных требований необоснованными, по мнению А.И. Худякова, являются 2 требования. Первое из них изложено в пункте 5 статьи 27 Закона РК «О страховой деятельности» - о предоставлении сведений об учредителях – физических лицах. Необоснованность этого требования следует из того, что оно свидетельствует о явной переоценке значения учредителей в деятельности данной организации и их ответственности за результаты своей деятельности. Говоря о переоценке значений данных требований, ученый подразумевает то, что установление этих требований не имеет равным счетом никакой экономической необходимости и юридической обоснованности.

Второе необоснованное требование, по мнению А.И. Худякова – это требование относительно бизнес-плана (пункт 6 статьи 27 Закона РК «О страховой деятельности»), так как подготовка требуемого плана в условиях рыночной экономики невозможно даже теоретически, так как, например, невозможно предсказать, какую долю займет вновь создаваемая страховая организация на страховом рынке. И тем более невозможно разработать и представить в реальности такие показатели бизнес-плана, как «маркетинговые исследования», «распределение страховых продуктов» (хотя бы по той причине, что при осуществлении страхования так называемый страховой продукт не распределяется, а продается), сведения о «страховом андеррайтинге» (по той причине, что гражданскому праву Республики Казахстан не знаком такой институт) [3, с. 431].

Итак, государство регулирует деятельность участников страхового рынка посредством издания обязательных для исполнения нормативных правовых актов, которые регламентируют создание,

прекращение деятельности участников, определяют границы сферы деятельности, устанавливают порядок отчетности, порядок проведения проверок.

Государство установило перечень условий, которые призваны обеспечить финансовую устойчивость страховщика. Надзором за финансовой устойчивостью страховщиков занимается АФН на консолидированной основе путем соблюдения пруденциальных нормативов и других обязательных норм и лимитов.

Статья 46 Закона РК «О страховой деятельности» в пункте 2 устанавливает перечень пруденциальных нормативов:

- 1) минимальный размер уставного капитала;
- 2) минимальный размер гарантийного фонда;
- 3) минимальный размер маржи платежеспособности;
- 4) норматив достаточности маржи платежеспособности и гарантийного фонда;
- 5) норматив достаточности высоколиквидных активов;
- 6) нормативы диверсификации активов.

Уполномоченный орган вправе устанавливать дополнительные пруденциальные нормативы.

Согласно пункту 3 той же статьи 46, маржа платежеспособности представляет собой превышение активов над обязательствами страховой (перестраховочной) организации.

Гарантийный фонд в соответствии с пунктом 4 создается в целях обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности страховой (перестраховочной) организации в результате снижения маржи платежеспособности ниже минимально установленного размера.

Пункт 5 статьи 46 устанавливает, что максимальный размер собственного удержания страховой (перестраховочной) организации по отдельному договору страхования или перестрахования рассчитывается актуарием и не может превышать фактический размер маржи платежеспособности [2].

При этом страховая организация вправе передавать на перестрахование только часть страхового риска, превышающую норматив, указанный в настоящем пункте.

Максимальный размер собственного удержания рассчитывается на отчетную дату, за два месяца предшествующую дате заключения договора страхования или перестрахования, и должен соблюдаться на каждую последующую отчетную дату в течение всего периода действия договора страхования или перестрахования с учетом требований настоящего Закона и нормативных правовых актов уполномоченного органа.

Страховая (перестраховочная) организация представляет в уполномоченный орган сведения о наличии и ограничении использования производных финансовых инструментов, не входящих в финансовую отчетность.

Нормативные значения и методики расчетов пруденциальных нормативов, а также требования к методике расчета стоимости активов с учетом их классификации по качеству и ликвидности для расчета пруденциальных нормативов и иных обязательных к соблюдению норм и лимитов устанавливаются нормативными правовыми актами уполномоченного органа.

Требования к финансовой устойчивости обществ, деятельность которых подлежит лицензированию, устанавливаются нормативным правовым актом уполномоченного органа.

Роль государства в развитии страхового рынка не ограничивается только государственным регулированием деятельности участников страхового рынка, так как государство посредством интеграции в мировое сообщество расширяет возможности для развития наших отечественных компаний. Так, углубление международных отношений финансового сектора Казахстана активно проходит в рамках Содружества независимых государств (СНГ); Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС); Единого экономического пространства (ЕЭП); Центрально-азиатского сотрудничества, куда входят Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Республика Таджикистан и Республика Узбекистан, и других интеграционных союзов. Ускорение формирования единого экономического пространства и интеграции финансовых систем ориентировано на использование новых, перспективных форм и механизмов взаимодействия, реализацию совместными усилиями общих выгод и национальных интересов его участников.

Вместе с этим развиваются новые страховые продукты и технологии их реализации, наблюдаются тенденции развития страхования как вида предпринимательства, все больше интегрирующегося в мировой страховой рынок, приобретая при этом международный характер. В связи с этим, методы регулирования данного сектора экономики требуют совершенствования с учетом международных стандартов и принципов.

Как известно, основными задачами регулирования являются: повышение эффективности органа страхового надзора в защите законных интересов страхователей, которые должны быть уверены в исполнении страховыми организациями своих обязательств перед ними, а также поддержание

конкурентной среды на страховом рынке и развитие его инфраструктуры в соответствии с международной практикой организации страхового дела.

В свою очередь, создание равных условий деятельности на страховом рынке будет способствовать улучшению качества, расширению перечня и снижению стоимости предлагаемых страховых услуг для страхователей.

Решению описанных выше проблем будет способствовать поэтапная гармонизация законодательства Республики Казахстан о страховании и страховой деятельности с европейскими директивами, регулирующими страховую деятельность, и основными принципами и стандартами страхового надзора Международной ассоциации страховых надзоров.

В этих целях требуется обеспечить максимальное соответствие казахстанских требований страхового законодательства международным стандартам, направленным на поддержание и оказание содействия развитию эффективного, справедливого и стабильного страхового рынка, а также дальнейшее развитие сотрудничества с надзорными органами разных стран.

Одним из решений проблемы эффективности надзора является использование концепции надзора, основанного на оценке риска (Risk-Based Supervision), которая призвана уменьшить риск в областях деятельности страховой (перестраховочной) организации, имеющих его высокую концентрацию, еще до фактического возникновения проблемы (в том числе, нарушения пруденциальных нормативов).

Надзор на основе оценки рисков можно характеризовать как структурный процесс или комплекс последовательных процедур регулирования, направленный на выявление и классификацию ключевых рисков, с которыми сталкивается каждая страховая (перестраховочная) организация в процессе своей деятельности, выбор инструментов для оценки рисков и разработка программ мероприятий по предупреждению, снижению или предотвращению этих рисков.

Перед уполномоченным органом по регулированию и надзору над деятельностью субъектов страхового рынка в целях дальнейшего стимулирования развития страхования жизни стоит задача по пересмотру отдельных требований законодательства Республики Казахстан, в том числе, по соблюдению пруденциальных нормативов и иных, обязательных к соблюдению норм и лимитов для страховых организаций по «страхованию жизни» и в целом, разделению подходов к осуществлению надзора за страховыми организациями, осуществляющими деятельность в различных отраслях страхового бизнеса («общее страхование» и «страхование жизни»).

Необходимо отметить, что определяющим фактором развития страховых организаций, осуществляющих деятельность в отрасли «страхование жизни», является наличие полноценного отечественного рынка долгосрочных ценных бумаг.

Эта проблема является частной в одной из общих проблем, связанных с развитием долгосрочных финансовых инструментов, крайне важных для страховых организаций, осуществляющих деятельность в отрасли «страхование жизни», которая должна решаться целым комплексом мероприятий, в том числе с участием правительства страны.

Несмотря на то, что в целом в Республике Казахстан сформировалась стандартная для мировой практики система государственного регулирования страхового рынка, процесс этот рано считать окончательно завершенным. Становление и совершенствование системы продолжается, а разнообразие форм взаимоотношений государства и страхового сообщества и их содержание постоянно видоизменяется.

При этом не следует фаталистически смотреть на вектор развития этих отношений как на исключительную волю государства - от действий самих страховщиков зависит тоже очень многое. От того, какую обратную связь получает государство и экономика от страхового рынка, во многом зависит и характер принимаемых регулирующих решений. Если на западных рынках на формирование этих отношений уходили годы и десятилетия, то для Казахстана все же стоит делать поправку на относительную молодость рынка.

Список литературы:

1. Указ Президента РК от 24 августа 2009 года № 858 «О Концепции правовой политики Республики Казахстан на период с 2010 до 2020 года» // Справочная правовая система «Юрист».
2. Закон Республики Казахстан от 18 декабря 2000 года № 126-ІІ «О страховой деятельности» // Справочная правовая система «Юрист».
3. Худяков А.И. – Страхование право Республики Казахстан: Учебник. – Алматы: «Норма и К», 2007. – 520 с.

ҚР НАНОТЕХНОЛОГИЯЛАР САЛАСЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ

Есмурзаева А.Б. – PhD докторант

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті

Нанотехнология - атомдық дәлдікпен технология - маңызды ғылыми-техникалық мәселелерді шешу үшін революциялық әлеуетке ие. Бірақ нанотехнологияның мультидисциплинарлығына байланысты оны басқа салаға бөлмей, керісінше, түрлі салалар мен ұлттық экономиканың дамуындағы жаңа деңгей ретінде қабылдауға тиіспіз.

Қазақстандағы наноиндустрияның даму деңгейін бастапқы кезеңде деп сипаттауға болады. Мойындауымыз керек, Қазақстан қазіргі таңда әлемдік нанотехнологиялық көшбасшы мемлекеттер – АҚШ, Жапония, Еуро Одақ елдері, сондай-ақ Ресейден ғылым мен технология дамуының абсолютті көрсеткіштері және наноиндустрияның өндірістік меңгерілуі мен жасалымның коммерцияландыру дәрежесі бойынша айтарлықтай артта қалып келе жатыр. Нанотехнология әдісіне және оның дамуына дүниежүзі бойынша 2008 жылы 7,5 млрд. американың доллары жұмсалса, 2009 жылы оның көлемі 8,6 млрд. долларға жетті. Бүгінгі күні оның мөлшері триллион доллардан асты. Наноэлектроника саласына 100-150 млрд. доллар 2015 жылы бөлінді. 1980-2004 жылдар аралығында нанотехнология саласынан алынған патенттер саны 88546-ға жетті. Солардың 64% Америка Құрама Штатына тиесілі. Ғылыми жаңалықтар жөнінде Жапония екінші орында болса, Шығыс халқы әзірше үшінші орынға орналасты. Қазір Жапония елінен кейінгі – орындарға Қытайдан кейін Оңтүстік Корея елі, Сингапур, Тайвань және Индия елі орналасқан. Еуропа елдерінде олардың ішінде Алмания ғалымдары да нанотехнология әдісіне көңіл бөле бастады. Соңғы кезде Алмания 63 млн. еуро нанотехнологияны дамыту үшін бөлсе, Англия 39 млн. еуро, Франция 19 млн. еуро бөлді, осылармен қатар Ресей де нанотехнологияға, оның дамуына қаржы бөле бастады. Ресей, мысалы 2009-2014 жылдар аралығында нанотехнология әдісіне 195 млрд өз ақшасын бөлсе, алда нанотехнология әдісіне 250 мен 300 млрд. өз қаражаты бюджетке енгізілді. Осындай нанотехнология әдістеріне Украина және Беларусь мемлекеттерінде белгілі өлшемді қаражат бөлуде.

Қазақстан заманауи деңгейге шығуы үшін осы салада өз орнын тауып және ірі халықаралық жобалар шеңберінде технологиялар трансфертін сауатты қолдана білуі тиіс. Нанотехнология әдісінің дамуы біздің елде 2003 жылы Білім және ғылым министрлігінің қолдауымен ғылыми еңбек жұмысы басталды. Осыған сәйкес, 2007-2009 жылдар аралығында «Нанобілім және нанотехнология әдістерін Қазақстан Республикасында дамыту» бағдарламасы қабылданды. Бағдарламаны жүзеге асыру барысында: қауіпті қалдықтарды қайта өңдеу, таза шикізат өндіру ж.т.б. қамтамасыз ететін дамыған инфрокұрылымның жоқтығы байқалды. Мұның барлығы іргелі және қолданбалы ғылыми-зерттеулердің дамуын, елдің инновациялық даму стратегиясының қозғаушы күші болуға бағытталған Наноматериалдар және нанотехнологиялар, шағын инновациялық компаниялар құруды тежейді. Соңғы жылдары мемлекет тарапынан инновация мен ғылымды дамытуға қолдау күшеіп жатыр. Елбасының бұйрығымен 2010 жылы жаңа «Назарбаев Университеті» ашылды, және ол астананы Еуразияның ірі ғылыми-білім беру орталығына айналдыруға бағытталған.

Еліміздің инновациялық құрылымының құрамына 5 даму институты, 9 технопарк және 15 ұлттық лабораториялар мен инженерлік бейіндегі лабораториялар кіреді. 2017 жылы бюджеттен ғылымға бөлінетін қаражат ЖІӨ-нің 2 пайызын құрайды деп жоспарланып отыр. Қазір әлемде технологиялардың дамуы арқасында заттар интернеті, нано және биотехнологиялар, жаңа материалдар және тағы басқа жаңа мүмкіндіктерге жол ашылуда. Болжам бойынша, болашақта жаңа технологиялар ғана 30-дан 70 пайызға дейінгі ІЖӨ өсімін қамтамасыз ететін болады. Егер біз жаңа технологиялармен және инновациялармен айналыспайтын болсақ, бәсекелестікте табысты болмаймыз. Сондықтан, 2014-2015 жылдардың өзінде ғана ғылыми-зерттеу және тәжірибе-конструкторлық жұмыстары 142 миллиард теңгеге қаржыландырылды

Бүгінгі таңда, Қазақстанда нанохимия, нанотехнология ілімімен айналысатын зерттеу институттарының жобалары:

№		ғылыми жобалар саны
1	әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті жанындағы «Эксперименттік және теориялық физика ғылыми зерттеу институтының»	10
2	Ғылым Академиясының «Физика-техникалық институтында»	10
3	«Жану Проблемасы институтының»	8
4	Д.В.Сокольский атындағы «Органикалық Катализ және Электрохимия институтындағы»	8

5	Минералды материалдарды өңдеу орталығы	5
6	М.О.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университетінде	4
7	А.Бектұров атындағы «Химия институтында»	3
8	Қарағанды қаласындағы «Фитохимия институтында»	3
9	Л.Н.Гумилев атындағы «Еуразиялық университетінде»	3
<i>Ескерту: автормен құрастырылған</i>		

Сонымен қатар, Нанотехнология саласындағы ғылыми-техникалық мәселелерді шешуге Қ.Сатпаев атындағы «Техникалық университетінде»; Қарағандыдағы Индустриалды институтында; Шығыс Қазақстандағы мемлекеттік университетінде; Е.Бөкетов атындағы Қарағанды Мемлекеттік университеті елеулі үлес қосуға арналған, соңғы ашылған «Мұнай өңдеу және нанотехнологиялық үрдістер» лабораториясы болып табылады. Бұл лаборатория С.Торайғыров атындағы ПМУ тұсында 2016 жылдың тамыз айында салтанатты түрде ашылған болатын.

Қазіргі нанотехнология әдісінің ауқымы зор болғандықтан елімізде 85 жобамен 29 қауымдастық ұйымдар айналысуда. Аталған бағдарлама 5 блоктан тұрады:

- 1.Тау-кен өндірісінің нанотехнологиясын зерттеу және дамыту;
- 2.Энергиялық жүйелер нанотехнологиясын дамыту үшін жаңа наноматериалдар түрлерін қарастыру;
- 3.Биоматериалдардың жаңа түрлерін өндіру үшін нанотехнология жаңа әдістерін пайдалану;
- 4.Ақпараттық технология және микроэлектроника үшін жаңа квантты құрылымды заттар синтездеу;
- 5.Наноматериалдардың және нанотехнологияның жаңа түрлерін алу және оларды Қазақстанның мұнай-газ секторында пайдалану.

Елбасы Н.Назарбаев: «Әлемдік тәжірибе жоғары оқу орындары ғалымдар ғана емес, студенттер арқылы да әзірленетін инновациялық шешімдер орталығын қалыптастырушы болып табылатынын көрсетіп отыр», – деді.

Ғылыми-техникалық үрдістің, өндіріс, бизнес саласының және жалпы қоғамның заманауи дамуы жоғары, сапалы білімді, алдыңғы қатарлы технологияларды жетік меңгерген жаңа кадрларды дайындауды қажет етеді. Қазіргі таңда ғылым мен білім саласында нано-, био-, ақпараттық технологиялардың іргелі аспектілері мен теориясын меңгерген жоғары квалификациялы кадрлардың тапшылығы байқалып отыр. 2015 жылдың 13 қарашасында «Білім туралы» Заңға өзгертулер мен толықтырулар енгізілді. Өзгерістерге сәйес осы жылдан бастап білім мен ғылымға бюджеттен бөлінетін қаражат көлемі қаржыландырудың үш формасы арқылы өсті. ҚР Үкіметі бастапқы базалық қаржыландыру арқылы заманауи құрал-жабдықтарды тиімді қолдана алатын және ғылыми құрамын жоғары квалификациялы кадрлармен қамтамасыз ететін субъектілер тізбегін бекітті. Ең үлкен мүмкіндік «Болашақ» халықаралық бағдарламасының қатысушыларына берілді. Соңғы екі жылдың (2015-2016 жж) талдауы бойынша «Нанотехнология» мамандығы бойынша «Болашақ» ҚР Президентінің халықаралық стипендиясының иегерлер саны: бакалавриат бойынша 20 адам, магистратура – 5, докторантура – 2 адам және ғылыми тәжірибеалмасу бағдарламасы бойынша 10 ғадымдар мен мамандар.

Қазақстан маңызды экономикалық және адами капитал, бай табиғи ресурстар, негізгі өндірістік инфрақұрылым, тұрақты қаржылық жүйесі болғанда әлемдік экономикалық дағдарыстарға төтеп беріп, балансталған тұрақты дамуға жаңа мүмкіндіктер ашады, сонымен қатар наноиндустрияның дамуы мен нанотехнологияларды енгізу арқылы.

Қазіргі таңда Қазақстандағы нанотехнологияның дамуының келесідей кері тараптары анықталды:

- Нанотехнологияны енгізу және оның дамуының тұрақты дәстүрі жоқ;
- нанотехнология саласындағы мемлекеттік саясатты іске асырушы, инновациялық инфрақұрылымды дамытушы орталықтың жоқтығы;
- нанотехнология саласында ғылыми-зерттеуге бөлінетін қаражаттың аздығы;
- ұзақмерзімді ғылыми-техникалық бағдарламалардың жоқтығы;
- лабораториялар наноматериал, нәтиже алуға мүмкіндік беретін құрал-жабдықтармен қамсызданбауы;
- саланы дамытушы жоғары квалификациялы кадрлардың тапшылығы;
- Нанотехнологияға байланысты сұрақтардың мемлекеттік тілде өте төмен дәрежеде ақпараттық қамсыздануы;
- Нанотехнологиялар мен наноматериалдар саласында бақылау, өлшеу, зерттеу жүргізуді қамтамасыз ететін бірегей терминологияның жоқтығы;
- Нанотехнологиялық жобаларды жүзеге асырушы бірегей ұлттық стандарттың қолданылмауы;
- Саладағы жобаны реттеу, бақылау, жүзеге асыру қызметтерін біріктіруші жобаларды басқару жүйесінің жетелмегендігі;

- Жоғары технологиялық нанотауарлардың төменгі өнімділігі.

Технология дамуындағы басты мәселе - адамзат соңғы онжылдықта өз цивилизациясының басты негізі “білімге” немқұрайлылықпен қарағандығы. Іргелі ғылым - пайда табуға бағытталған өткен буынның жылдар бойы жинаған цивилизациялық ресурсы. Қазіргі уақытта Қазақстанға нанотехнология саласында инновациялық серпін - ілімге негізделген тауарлар өндіруші жаңа зауыттар, цехтар мен фабрикаларды ашу қажет. Қазақстан үлкен интеллектуалды потенциалға, дарынды, талантты жастарға ие. Бұл ресурстарды дұрыс бағытта қолдану қажет.

Елбасы “Назарбаев Университетінде” өткен лекциясында атап өткендей, эксперттердің есебі бойынша дамыған елдерде ұлттық байлықтың жалпы көлемінің 15 пайызын - материалды құндылықтарда, 15-20 пайызы - табиғи ресурстарда, 65 пайыз - адам капиталы құрайды. Адам капиталы өз біліктіліктерімен дамудың стратегиялық ресурсын жасайды.

Елдің зияткерлік және ғылыми-техникалық потенциалын нанотехнология саласын құру және реттеудегі мемлекеттік саясатта жоғары тиімділікпен қолдана білу - ғылым, білім және өндірісті дамыту, сонымен қатар Қазақстанның ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз етуге үлкен жол ашады.

Әдебиеттер тізімі:

1. Мемлекет басшысы Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы «Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсім, реформалар, даму», 2015 жылғы 30 қараша // <http://www.akorda.kz/kz/addresses/memleket-basshysy-nnazarbaevty-n-kazakstan-halkyna-zholdauy-2015-zhylgy-30-karasha>.

FOREIGN EXPERIENCE OF THE STATE SUPPORT OF DEVELOPMENT OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PARKS

Taubaldy A.E. – master's student
Al-Farabi Kazakh National University

In the world there is no more important purpose today, than to put economy in motion, to start production, having created conditions for effective innovative process. The ideas arising in the sphere of science have to reach very quickly the sphere of production and turn into goods. The international experience shows that the countries wishing to become leaders in the chosen area of the equipment and technology begin to make knowledge in the field at home. It is possible to accelerate an innovative cycle only due to collaboration of scientists and technologists. In this regard experience of science and technology parks as one of the most successful forms of integration of science and production is very interesting.

The majority of industrialized countries of the world considers innovative activity guarantee of the national security and economic stability, and therefore in every possible way keeps development of science and introduction of innovations in economy. The most widespread ways of the state support of innovative activity in the world are:

1. Creation of incubators of business, science and technology parks, plants of technologies.
2. Education and training at the expense of the state.
3. Reduction of the amount of a tax for the enterprises creating and introducing innovations.
4. Interest-free loans or soft loans, grants.

The first-ever local innovative center in the form of science and technology park Silicon Valley in the USA is created in the 1950th for commercialization of developments of Stanford university and development of microelectronics in interaction with the enterprise – the leader in this branch of Hewlett Packard. It is necessary to distinguish emergence of the main science and technology parks, actually independent of federal public authorities, and venture funds from characteristics of development of the American development strategy of science and technology parks. Within the last 20 years the United States of America steadily spend about 2,5% of GDP for researches and development that as a percentage it is slightly less, than Japan and a little more, than Germany. However in absolute units of the USA spend for the research sphere as much how many all other countries of "Group of Seven" together, and there is almost twice more Japan. In a total amount of expenses on science of 30 member countries of the Organization for Economic Cooperation and Development of 44% the USA belongs [1].

Important factor which determines the scale and the direction of investments is that the main part of financing of researches is carried out by multinational corporations which have the offices or subsidiaries abroad. So, nearly 70% of funds which are allocated from abroad for performance of research works in the USA arrive to the subsidiaries of the companies customers located in the USA. At the bilateral interstate level the most actively scientific and technical cooperation of the USA is developed with Russia, Canada, Great Britain, Germany. At the same time the lion's share in cooperation with Russia is made by researches

in branch of space technologies. The United States are in the lead in ability to develop and realize the strategy of development for the local innovative centers as in the country effective bodies and structures both in the office of the presidential power, and in system of legislative and executive bodies are created. In White House administration the office on scientific technical policy which is headed by the adviser to the U.S. President concerning science and technologies functions.

It should be noted that practice of interaction of research and production potentials on the basis of the state contracts is characteristic of the USA. The main feature of the American science and technology parks is their close connection with universities and the state research centers. At the same time forms of interaction differ significantly. So, 20% of science and technology parks are created by universities as their structural divisions, 10% – as independent units, 28% – on the basis of contracts with developers of innovative projects, 38% – as joint ventures and only 4% make science and technology parks with participation of government institutions.

In Europe science and technology parks have appeared in the early seventies. They have repeated early model of science and technology parks of the USA which feature – presence of one founder, and a primary activity – delivery of the earth for rent to owners of the knowledge-intensive firms. The European model of science and technology parks is characterized by the high level of the state intervention in process of creation on the basis of science and technology parks of the small innovative enterprises. As a rule, she is based on the state investments and subsidies and is aimed mainly at creation of new jobs. For example, in Great Britain a part of public financing of science and technology parks makes 62% of total amount, in the Netherlands – 70, in France – 74, in Germany – 78, and in Belgium – nearly 100%. The state support of science and technology parks is called investments into technological development of the country which come back expansion of national production and successful activity of the domestic companies in the internal and external markets [2].

Any of the countries of Europe doesn't pay such attention to development of science and technology parks as France. There are over 50 science and technology parks in which more than 5 000 companies, 60 universities and 2 000 research institutes are involved. In Germany science and technology parks have appeared only in the 1980th, and at the moment their more than 20. Recently in practice of tax incentives in EU countries the noticeable shift of accents from use of tax benefits towards the tax credits is observed. The order of granting tax benefits remains subject to exclusive regulation of the states. The new European strategy of economic development approved by the European commission in March in 2010 till 2020 – "Europe 2020: the strategy of clever, permanent and comprehensive growth" defines the development strategy of science and technology parks of EU countries as a necessary element of creation of innovative infrastructure. The corresponding legislative base, in particular, national laws concerning activity of universities, carrying out scientific research, granting additional resources of support, national strategy and, in particular, support of structural funds at the regional level is created.

The state stimulates participation of firms in development of science and technology parks thus:

- the enterprises using perspective technologies pay income tax of 15% of his usual size, and firms which 70% of production go for export, only 10%;
- again created enterprises are exempted from payment of taxes for two years from the moment of accreditation;
- if construction of new cases is carried out due to internal capital investments, the tax on structures isn't raised;
- firms are exempted from export taxes at product sales in foreign markets. The government annually allocates loans and investments for development of infrastructure of zones. For attraction of the risk capital systems of venture investments take root.

The world practice shows that the science and technology park which effectively functions makes an essential contribution to national economy due to diversification of economy that does it more resistant; development of the successful companies of small and medium business; increases in the income of the local budget. Thus, the main objective of the state support consists in creation of the effective mechanism providing the maximum effectiveness of science and technology parks and promoting development of the innovative sphere of national economy. Formation of the national development strategy of science and technology parks has to be focused on integration of science, education and production, concentration of resources at the priority directions of scientific and technological development, legal protection of intellectual property of science and technology parks, stimulation of creative activity of personnel, development of the international scientific cooperation.

It is necessary to provide within national innovative system interaction of science and technology parks with other organizational forms exerting impact on them. Formation of the national development strategy of science and technology parks is aimed at the solution of the following tasks:

- providing institutional and standard and legal conditions for effective development of science and technology parks;
- development of system of preparation and retraining of personnel in the field of innovative business;
- preservation and development of scientific and technological capacity of science and technology parks;
- providing favorable economic conditions for activization of the knowledge-intensive productions of science and technology parks;
- coordination of actions of public authorities of the power [3].

In general, analyzing foreign experience of integration of scientific and industrial sectors of economy of the world countries, it is possible to draw the generalizing conclusions.

1. It is necessary to refer to positive aspects of the American model of innovative development which can be used during creation of the Kazakhstan innovative infrastructure at the present stage:

- state mechanism of granting in property to universities or scientific centers of the large land plots for the purpose of creation of innovative parks;
- introduction of the whole system of tax benefits by the state;
- subsidizing by the federal U.S. Government of all joint innovative projects of corporations and higher education institutions for the purpose of optimization of use of their internal resources and regeneration of production;

2. It is necessary to refer to positive aspects of the Japanese model of innovative development which can be used during creation of the Kazakhstan innovative infrastructure at the present stage:

- centralization in certain places by integration of hi-tech character of science by all and production in regions;
- creation at the regional level of special "funds of technopolises" from local taxes and contributions of corporations, by granting three types of preferential incentives to the last: tax benefits, the stimulating subsidies and financial incentives;
- stimulation of development of concrete priority technologies by the government, i.e. the state support not on branches, and on a full innovative cycle on each of the chosen technologies;
- centralization, differentiation and coordinating at all levels of functions of work of participants of development and deployment in production of the selected technologies.

3. It is necessary to refer the following to positive aspects of the mixed model of innovative development which can be used during creation of the Kazakhstan innovative infrastructure at the present stage:

- adaptation modification of the American and Japanese models of development under climatic, resource and raw, national and political and other features of those countries into which they take root;
- participation in establishment of this innovative park of several founders;
- merging of all small firms innovators in one building;
- involvement of necessary highly skilled personnel just before the beginning of implementation of the specific innovative project;
- assignment by an incubator to each again created firm innovator on implementation of each project to a stage of pilot production only of two years after which on the basis of expert assessment of further prospects or to allocate these enterprises in independent, either to reorganize, or to close.

Economy of any state including Kazakhstan, in modern conditions can't develop separately from national economies of other countries, many of which already have rather created, advanced innovative infrastructure and wealth of experience on her creation. This innovative experience which needs to be studied, adopted and multiplied and is for Kazakhstan of the greatest actual value [4].

References:

1. Article "Science and Technology Parks — an Important Element of Modern Innovative Economy" Rosiisky magazine "Clever Production" of 2015.
2. Shevchenko E. G. All-Russian magazine of scientific publications No. 1 (11) of 2012. "Evolution of science and technology parks in system of the state support of small innovative business"
3. A. S. Sakun Economic analysis: theory and practice No. 4-355 of 2014 Ukraine
4. T. N. Erzhanov, T. Ya. Ernazarov, Magazine Messenger HAG Economic development, 2015 Karaganda.

ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗҰУ МЕН «ҒЫЛЫМ ОРДАСЫ» ҒЗИ-НЫҢ БІЛІМ БЕРУ САЛАСЫНДАҒЫ ЫНТЫМАҚТАСТЫҚ ЖОБАСЫНЫҢ ЖҮЗЕГЕ АСУЫ

Раймов А.К. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

«Қазақстан Республикасында білім беруді дамытудың 2011 – 2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасында» «білімді дамыту еліміздің экономикалық, саяси және әлеуметтік-мәдени гүлденуіне тірек болатын тұғыры болуы керек» деп көрсетілген[1].

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаев өзінің «Қазақстан – 2050 Стратегиясында»: «Адамзат Үшінші индустриялық революция табалдырығында тұр, ол өндіріс ұғымының өзін өзгертеді. Технологиялық жаңалықтар әлемдік нарықтың құрылымы мен қажеттіліктерін түбегейлі өзгертеді. Біз бұрынғыға қарағанда мүлде өзгеше технологиялық болмыста өмір сүріп жатырмыз[2].

«Қазақстан – 2050 Стратегиясында» «Жоғары оқу орындары білім беру қызметімен шектеліп қалмауы тиіс. Олар қолданбалы және ғылыми- зерттеушілік бөлімшелерін құруы және дамытуы қажет»- деп көрсетті[2].

Зерттеу университетінің негізгі қызметіне жататындар:

- ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізу;
- білім беру және инновациялық қызметті интеграциялаудың жоғары дәрежесі құру;
- оқытушылардың білім беру мен зерттеу жұмыстарын қатар алып жүрумен, студенттер, магистранттар мен докторанттарды зерттеу жұмыстарына тарту;
- зерттеу нәтижелері мен әзірлемелерді оқу үрдісінде қолдану;
- білім беру бағдарламаларын шынайы өндіріспен интеграциялау;
- өндіріс мамандарын сабақ беруге тарту;
- аутсорсинг бағдарламасы арқылы сыртқы кадрлар ресурсын тарту;
- шетелдік үздік мамандарды ашық нарыққа тарту және оларды бізге жұмыс істеуге шақырум;
- институт, факультет және кафедра жанынан ғылыми орталықтар, зертханалар құру сияқты арнайы зерттеу құрылымдарын ашу;
- зерттеу консорциумдарын, ғылыми-технологиялық кластерді және т.б. құрумен сипатталады;

Үдемелі индустриялы-инновациялық даму мемлекеттік бағдарламасы (ҮИИД МБ) орындау барысында тиісті кадрлармен қамтамасыз етуді талап етеді. Бірінші кезекте, әлемдік деңгейдегі техника мен технология салаларын терең меңгерген, инновациялық қызмет менеджментінің заманауи тиімді әдістерін қолдана білетін, бәсекеге қабілетті мамандармен қамтамасыз ету.

Мұндай жаңа буынды жоғары білікті мамандар даярлау қызметі – Қазақстан Республикасының білім мен ғылым, инновацияларын одан әрі дамытудың, технологиялық жаңғыртудың көшбасшысы болып табылатын әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетіне бағытталған.

«әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің 2015-2020 жылдарға арналған даму бағдарламасы»[3] құрылымында, мазмұнында және ЖОО білім беру, ғылыми-зерттеу және инновациялық процесс технологияларында, басқару және қаржы-экономикалық тетік жүйесіндегі өзгерістерді қамтитын ресурстар мен іс-шаралар мерзімі бойынша өзара ұштастырылған кешендерден тұрады.

Бағдарламаны дайындау барысында ғылым және білімнің басым бағыттары анықталған стратегиялық дамытудың заманауи әдістері пайдаланылды. Бағдарлама университеттің барлық бөлімшелерін басқару негіздерін қамтамасыз етеді, алдыға қойылған міндеттерге жоғары сапада қол жеткізу үшін ұйымдық және құрылымдық өзгерістерді анықтау мүмкіндіктерін береді. Күшті және әлсіз жақтарына талдау жасалды, Қазақстан Республикасының әлеуметтік саласын және экономикасын дамытудың басым бағыттары негізге алынды.

Осы орайда, Қазақстан Республикасының «Білім туралы» заңы 45-бап 1-тармағы «Кәсіптік білім беру саласындағы әлеуметтік әріптестік» сәйкес «білім берудің әлеуметтік әріптестігін дамыту, кадрлар даярлау деңгейін экономика салаларының және жұмыс берушілердің қажеттіліктеріне жақындату, оқытудың өндіріспен байланысын нығайту, сонымен қатар қаржыландырудың қосымша көздерін тартуға бағытталуы керек»-деп көрсетілген[4]. Осы мақсатта ғылым мен білім интеграциясы жобасы жүзеге асыру ісі қолға алынды.

Ғылым және білім интеграциясы жобасы «Ғылым ордасы» Республикалық мемлекеттік кәсіпорны базасында ҚР Білім және ғылым министрлігі Ғылым комитеті Ғылыми зерттеу институтты мен әл-Фараби атындағы Қаз ҰУ-нің магистранттар мен PhD докторанттарын дайындау бойынша бірлескен оқу бағдарламасының негізінде іске асырылады.

Жобаға қатысушылар:

Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Факультеттер):

1. Шығыстану;
2. Экономика және бизнес жоғары мектебі;
3. Тарих, археология және этнология;
4. Халықаралық қатынастар;
5. Механикалық-математикалық;
6. Филология және әлем тілдері;
7. Философия және саясаттану.

«Ғылым ордасындағы» жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру орталығы (Ғылыми кадрларды даярлау орталығы) ғылыми-зерттеу институттары мен ҚазҰУ өзара байланыстырушы, ҒЗИ оқытушы-профессорлық құрамымен барлық ұйымдастырушылық және әдістемелік қызметті атқарушы және оқу процесін ұйымдастырушы қызметін атқарады. Орталық ««Ғылым ордасы» базасында ҒЗИ-мен әл-Фараби атындағы ҚазҰУ бірлесіп ғылыми кадрларды даярлау мақсатында ҚР Білім және ғылым министрінің 21 мамыр 2014 жылғы № 166 бұйрығымен бекітілген «Жол картасына» сәйкес «Ғылым ордасы» кешенінде құрылған.

Институттардың қызметі туралы

Оқу үрдісі толығымен ҚазҰУ-нің академиялық саясаты мен барлық білім беру қызметін реттейтін нормативтік құжаттарға негізделіп жүргізіледі

- оқу бағдарламаларына сәйкес ҒЗИ арналған магистратура мен докторантураның негізгі оқу жоспары бекітіледі;
- оқу бағдарламасын іске асырушы ҒЗИ-ның ғылыми қызметкерлері құрамы бекітіледі, педагогикалық жүктеме ҚазҰУ-нің факультеттері мен кафедраларына сәйкес үлестіріледі, ҒЗИ профессорлық-оқытушылық құрамының ақпараттары «Универ» жүйесіне енгізіледі;
- бағдарлама бойынша оқу жылы оқу жоспары бойынша толық орындалады, магистранттар мен докторанттардың ғылыми-зерттеу жұмыстары жүргізіледі, емтихандық сессия және ғылыми тағлымдама ұйымдастырылады және т.б.;
- докторанттардың шетелдік кеңесшілерімен Үш жақты келісімге – Меморандумға қол қойылады, олардың кеңестер мен дәрістер өткізудің кестесі құрылады. 2016 жылға 7 шетелдік профессордың келуі жоспарланған;
- дәрістер «Ғылым ордасында» арнайы оқу аудиторияларында өткізіледі, сонымен қатар кешеннің мүмкіндігі қосымша оқыту мақсатында, өздік жұмыстарына, ғылыми және қоғамдық іс-шараларды ұйымдастыруда, ғалымдардың кеңес беруін ұйымдастыруда, ғылыми семинарлар өткізуде да пайдаланылады.

Ғылыми-зерттеу аясындағы интеграция өз нәтижелерін беруде. ҒЗИ-ның ғалымдары Университеттегі әр түрлі ғылыми форумдарға қатысуда, ҚазҰУ-нің магистранттары мен докторанттарына жетекшілік етуде және Университеттік Диссертациялық кеңестің мүшелері болып табылады. ҒЗИ-ның ғалымдары ҚазҰУ-нің факультеттерінде жеке ғылыми семинарлар өткізуде. Семинар жүргізу жас ғалымдарға жүйелі ғылыми-зерттеу жұмысын жүргізудің әдісі мен тәсілдерін игеруге мүмкіндік беріп отыр.

Магистранттар мен докторанттардың ғылыми-зерттеу жұмыстары. Белгілі отандық ғалымдар Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі Ғылыми комитеті Ғылыми-зерттеу институтының профессорлық-оқытушылық құрамы Университеттердің білім беру бағдарламаларына кірістірілген, сонымен қатар докторанттардың отандық ғылыми кеңесшілері және магистранттардың ғылыми жетекшілері болып бекітілген.

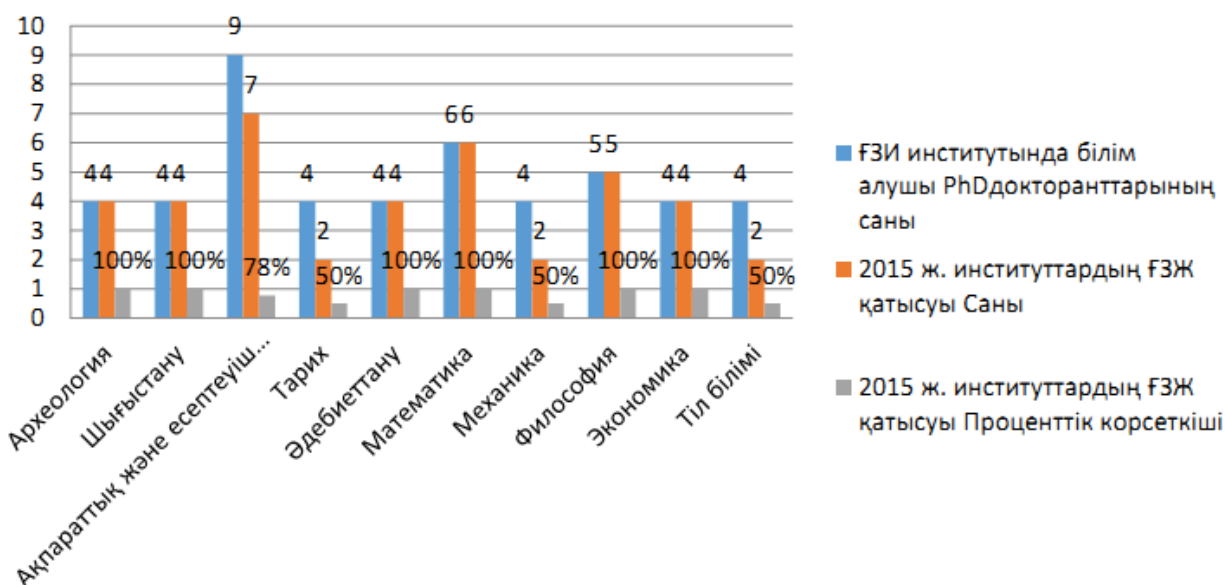
ҚазҰУ-мен бірлескен жобаға ҒЗИ Институттарының, соның ішінде Қазақстанның Ұлттық ғылым академиясының мүшелері, шетелдік және салалық академия мүшелері, ҚР ҰҒА корреспондент мүшелері, ҒЗИ бас ғылыми қызметкерлері, ғылым докторлары, ірі ғылыми жобалардың жетекші профессорлары тартылған.

Әрбір институтта ғылыми зерттеу бағыттары бойынша бірнеше ғылыми және әдістемелік семинарлар жұмыс істейді. Бұл семинарлар – магистранттар мен докторанттардың ғылыми зерттеулеріне аралық қорытындылар жасауға қолайлы орта және нағыз ғылыми пікір-сайыс мектебі болып табылады.

ҒЗИ-ның шетелдік ғылыми орталықтары мен мамандандырылған университеттермен, сонымен қатар Институт ғалымдары мен жетекшілерінің жеке ғылыми-өндірістік байланыстарының арқасында докторанттарға шетелдік ғылыми кеңесші бола алатын 40-тан астам маман иесі бар. Олар өз кезегінде өз салаларының белгілі ғалымдары, ғылыми жетістіктердің авторлары, шетелдік ғылыми академиялардың мүшелері болып табылады.

ҒЗИ-ның барлық магистранттары мен докторанттары Институттармен жаңа үш жылдық мерзімге жоспарланған ғылыми жобаларға тартылған. Соған байланысты, докторлық ғылыми зерттеу жұмыстары тақырыптарының көбі Институт жобаларының ғылыми зерттеулеріне бағытталған.

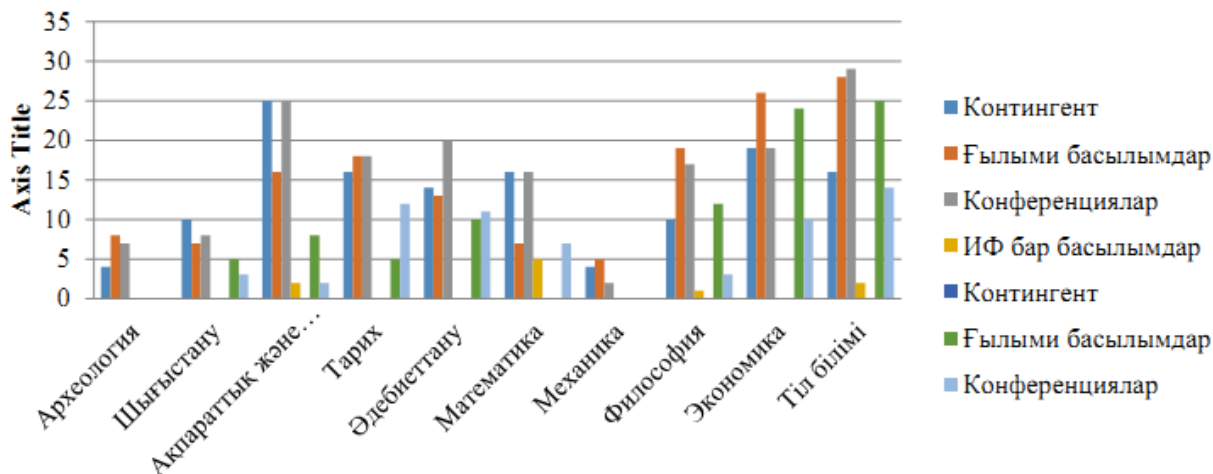
Докторанттарғылыми басылымдарының арасында импакт-факторлары бар шетелдік журналдарда ғылыми еңбектері мен мақалалары жарық көруде.



1-сурет. Докторанттардың ҒЗЖ қатысу көрсеткіші

204-2015 оқу жылында 48 докторанттың 10-ы импакт-факторлы басылымдарда мақалалары жарияланған. Солардың бірі Математика және математикалық модельдеу институтының докторанты Төрбек Берікбол Thomson Reuters және Scopus базасында 3 мақаласы жарыққа шыққан. Сонымен қатар ол 2015-2016 оқу жылының ҚР БҒМ талантты жас ғалымдарға арналған мемлекеттік ғылыми стипендия иегері болып табылады.

ҒЗИ жұмыстарының нәтижесі



2-сурет. Магистранттар мен докторанттардың ғылыми зерттеу жұмыстарының нәтижелік көрсеткіші

Қорыта айтқанда «Қазақстан — 2050» Стратегиясының негізгі мақсаттарының бірі отандық ғылым саласын дамытып, ғылыми кадрлардың әлеуетін нығайтып, оның бәсекеге қабілеттілігін арттыру болып табылады.

Әлемдегі әлеуметтік-саяси, экономикалық және технологиялық өзгерістердің даму қарқыны мен ерекшеліктерін ескере отырып, еңселі еліміздің ертеңіне өз үлестерін қосатын лайықты ғылыми кадрларды даярлау мәселесі ойландырған болатын. Сонымен қатар, тәуелсіздіктің алғашқы жылдары, қалыптасу кезеңінде орын алған әлеуметтік-экономикалық қиындықтарға байланысты көптеген жас

мамандар ғылым саласын тастап, басқа мамандықтарға ауысқаны бәрімізге белгілі. Осыдан барып, ғылым саласындағы жас ғалымдардың үлесі азайып, аға буын ғалымдармен арадағы алшақтық ұлғая түскен.

Елбасының ғылым мен білімге басты назар аударуы, бүгінгі әлемдік интеграциялық кеңістікте Қазақстанның дамыға 30 елдің қатарына кіруде кадр саясаты бағыттың бірі екені белгілі. Осы орайда Қаз ҰУ-мен ҒЗИ арасындағы интеграциялық жоба нарықтық жағдайда білікті мамандар даярлау мен жас мамандарды ғылымға тартуда тиімді жоба екендігін көрсетіп отыр. Қаз ҰУ-мен ҒЗИ арасындағы интеграциялық жобасы білім беру ісіндегі мамандар даярлауда жобалық басқару әдісінің тиімділігін айқындап отыр.

Әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстан Республикасында білім беруді дамытудың 2011 – 2020 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы. https://kaz.tengrinews.kz/zakon/kazakstan_respublikasyinyin_prezident/blm/id-U1000001118/
2. ҚР Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2012 жылғы 14 желтоқсан. http://www.akorda.kz/kz/addresses/addresses_of_president/kazakstan-respublikasynyn-prezidenti-nenazarbaevtyin-kazakstan-halkyna-zholdauy-2012-zhylgy-14-zheltoksan
3. <http://kaznu.kz/http://welcome.kaznu.kz/kz/18087/page>
4. "Білім туралы" Қазақстан Республикасының Заңы. 45-1 бап. <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1100000487>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Ашығали Д.М. – магистрант

Каспийский государственный университет технологий и инжиниринга имени Ш.Есенова

Стратегия – образ организационных действий и управляющих подходов, используемых для достижения организационных задач и целей организации.

Пять элементов стратегии (Г. Минцберг):

- стратегия как план;
- стратегия как позиция;
- стратегия как приём;
- стратегия как паттерн действий;
- стратегия как перспектива.

Стратегия организации — взаимосвязанный комплекс долгосрочных мер или подходов во имя укрепления жизнеспособности и мощи организации по отношению к её конкурентам. Стратегия организации — по существу — набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности.

Стратегический план — план, разрабатываемый на уровне компании или подразделения (стратегической бизнес-единицы (СБЕ)) с целью определения миссии компании, главных ориентиров для долговременного роста компании, создания основы для разработки номенклатуры товаров компании и распределения ресурсов между подразделениями компании.

Стратегический анализ («портфельный анализ») — является основным элементом стратегического планирования. Стратегический анализ выступает в качестве инструмента стратегического управления, с помощью которого руководство предприятия выявляет и оценивает свою деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные и перспективные её направления. Основным методом портфельного анализа является построение двумерных матриц. С помощью таких матриц происходит сравнение производств, подразделений, процессов, продуктов по соответствующим критериям.

Стратегический анализ зародился в конце 1960-х годов. В это время крупные фирмы и большинство средних превратились в комплексы, которые объединяли в себе выпуск разнородной продукции и выходили на многие товарные рынки. Однако рост продолжался уже далеко не на всех рынках, а некоторые из них даже были не перспективными. Такое расхождение возникло из-за различий в степени насыщения спроса, изменением экономических, политических и социальных условий, растущей конкуренцией и быстрыми темпами обновления технологий.

Стало очевидно, что продвижение в новые отрасли не поможет компании решить свои стратегические проблемы или использовать весь свой потенциал. Ситуация требовала от управляющих радикального изменения угла зрения. В таких условиях на смену экстраполяции пришло стратегическое планирование и портфельный анализ.

Единицей портфельного анализа является «стратегическая зона хозяйствования» (СЗХ). СЗХ представляет из себя какой-либо рынок, на который фирма имеет или же пытается найти выход.

Каждая СЗХ характеризуется определенным видом спроса, а также определенной технологией. Как только на смену одной технологии приходит другая, проблема соотношения технологий становится стратегическим выбором фирмы. В ходе стратегического анализа фирма оценивает перспективы того или иного направления деятельности.

Портфель предприятия, или корпоративный портфель, – это совокупность относительно самостоятельных хозяйственных подразделений (стратегических единиц бизнеса), принадлежащих одному владельцу.

Цель портфельного анализа – согласование бизнес-стратегий и распределение финансовых ресурсов между хозяйственными подразделениями компании. Портфельный анализ, в общем виде, осуществляется по следующей схеме:

1. Все виды деятельности предприятия (номенклатура продукции) разбиваются на стратегические единицы бизнеса, а также выбираются уровни в организации для проведения анализа портфеля бизнесов.

2. Определяется относительная конкурентоспособность отдельных бизнес-единиц и перспективы развития соответствующих рынков. Сбор и анализ данных в этом случае производится по следующим направлениям:

- привлекательность отрасли;
- конкурентная позиция;
- возможности и угрозы фирме;
- ресурсы и квалификация кадров.

3. Строятся и анализируются портфельные матрицы (матрицы стратегического планирования) и определяется желаемый портфель бизнесов, желаемая конкурентная позиция.

4. Разрабатывается стратегия каждой бизнес-единицы, и хозяйственные подразделения со схожими стратегиями объединяются в однородные группы.

На практике портфельный анализ на предприятии проводится с учетом ряда стратегических составляющих. Известный специалист в области стратегического управления Игорь Ансофф выделяет четыре стратегические составляющие портфельного анализа:

	Выпускаемая продукция	Новые продукты
Имеющиеся рынки	1. Стратегия проникновения на рынок	3. Стратегия развитие товара
Новые рынки	2. Стратегия развитие рынка	4. Стратегия диверсификации

1. Стратегия проникновения на рынок (существующий товар — существующий рынок)

Естественная стратегия для большинства компаний, стремящихся увеличить долю существующих товаров на соответствующем рынке. Расширение проникновения на рынок — это наиболее очевидная стратегия, её обычное практическое выражение — стремление увеличить продажи. Основными инструментами могут быть: повышение качества товаров, повышение эффективности бизнес-процессов, привлечение новых клиентов за счёт рекламы. Источниками роста продаж также могут быть: увеличение частоты использования товара (например, за счёт программ лояльности), увеличение количества использования товара.

2. Стратегия развития рынка (существующий товар — новый рынок)

Данная стратегия означает адаптацию и выведение существующих товаров на новые рынки. Для успешного осуществления стратегии необходимо подтвердить наличие на новом рынке потенциальных потребителей существующих продуктов. Варианты включают географическую экспансию, использование новых каналов дистрибуции, поиска новых групп потребителей, которые пока не являются покупателями товара.

3. Стратегия развития товара (новый товар — существующий рынок)

Предложение на существующем рынке новых товаров — стратегия развития товара. В рамках этой стратегии возможно выведение на рынок принципиально новых продуктов, усовершенствование старых, расширение линейки товаров (разнообразие). Такая стратегия типична для высокотехнологичных компаний (электроника, автомобилестроение).

4. Стратегия диверсификации (новый продукт — новый рынок)

Вывод товара принципиально нового типа на новый для компании рынок. Самая затратная и рискованная стратегия. Используется при исчерпании возможностей роста на существующих рынках, изменении конъюнктуры рынка, при уходе компании с существующего рынка, выгодных возможностях и высокой потенциальной выгоде захвата нового рынка.

Различают следующие виды диверсификации (см. рис. 1):



Рисунок 1 – Виды диверсификации

Несвязанная диверсификация предполагает отсутствие очевидных связей СЗХ с существующими сферами бизнеса: фирма расширяется за счет производства технологически не связанных продуктов, которые реализуются на новых рынках. Выбор СЗХ в этом случае осуществляется по следующим признакам:

- капитал вкладывается в отрасль, которая привлекательна и имеет относительно невысокие затраты на вхождение;
- выбор делается в пользу СЗХ с быстрым финансовым ростом;
- реализация происходит через приобретение СЗХ, а не их создание;
- несвязанная диверсификация не требует пересмотра пока поддерживается стабильный рост прибыли компании.

Таким образом, диверсификация в неродственные отрасли обладает рядом преимуществ, среди которых повышение внешней гибкости, относительная финансовая стабильность и максимально эффективное использование финансовых ресурсов компании.

Несмотря на преимущества, стратегия несвязанной диверсификации является одной из сложных для реализации, так как ее успешное осуществление зависит от многих факторов, например, размера конгломерата и квалификации менеджеров высшего уровня. Кроме того, несвязанная диверсификация не обеспечивает дополнительных конкурентных преимуществ.

Связанная диверсификация - новая область деятельности компании, связанная с существующими СЗХ посредством стратегических соответствий (совпадений звеньев цепочки ценности), которые приводят к достижению эффекта синергизма и являются основой для формирования и использования конкурентного преимущества. Выделяют следующие стратегические соответствия:

- маркетинговые (единый клиент, географические территории, каналы сбыта, рекламные усилия, поставщики, торговые марки);
- производственные (единые производственные мощности, сходные технологии, НИОКР);
- управленческие (единые системы управления и обучения).

Возможны два варианта реализации связанной диверсификации:

- стратегия централизованной диверсификации базируется на поиске и использовании заключенных в существующем бизнесе дополнительных возможностей для производства новых продуктов. При этом существующая СЗХ остается в центре бизнеса, а новая возникает, исходя из тех возможностей, которые заключены в освоенном рынке либо в других сильных сторонах компании;

- стратегия горизонтальной диверсификации предполагает поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой. Компания должна ориентироваться на производство технологически не связанных продуктов, которые бы использовали уже имеющиеся возможности, например в области поставок. Так как новый продукт ориентирован на потребителя основного продукта, то по своим качествам он должен быть сопутствующим.

Нередко компании реализуют один из вариантов смешанного типа диверсификации:

- портфель состоит из множества связанных и несвязанных СЗХ,
- портфель состоит из нескольких несмежных групп связанных СЗХ (в портфеле присутствуют несвязанные СЗХ, но в рамках каждой отрасли существует связанная диверсификация).

Исходя из этого, существуют различные точки зрения на основную цель, которую преследует стратегический анализ. Но, безусловно, что все эти взгляды носят смежный характер, и различаются они между собой лишь определенным акцентированием тех или иных областей. Наиболее обще можно констатировать, что основной целью стратегического анализа является формирование понимания ключевых факторов, влияющих на настоящее и будущее благополучие бизнеса и определяющих в конечном итоге выбор стратегии. Проще говоря, поиск факторов стратегического успеха компании. Эта установка и составляет сущность стратегического анализа, она, по сути, выступает в качестве фундаментальной методологической установки стратегического анализа.

Список литературы:

1. Назарбаев Н.А. Казахстан – 2030. Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев. Послание Президента страны народу Казахстана. – Алматы, 1998.
2. Афонин И. В. Управление развитием предприятия: Стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: Учеб. пособие. – М.: Дашков и К°, 2002.
3. Сазерленд Д., Кэнуэлл Д. Стратегический менеджмент. Ключевые понятия. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2005.

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Бермухамедова Г.Б. – к.э.н.
Берденов А.С. – магистрант**

*Каспийский государственный университет технологий
и инженеринга имени Ш. Есенова*

Большой интерес к проблематике социальной ответственности бизнеса объясняется рядом обстоятельств, в частности, вступлением отношений государства и бизнеса в новую фазу развития – партнерства и сотрудничества, влиянием ускоряющегося процесса глобализации, также недостаточностью методики применения принципов корпоративной социальной ответственности с учетом специфики организационной структуры и особенности социального взаимодействия производственных предприятий.

В Казахском обществе к социальной ответственности бизнеса последнее время уделяется особое внимание. Повышается их социальная ответственность в решении региональных социальных проблем. В Стратегии вхождения Казахстана в число 30 наиболее конкурентоспособных и динамично развивающихся государств мира Президент Республики Казахстан Н. Назарбаев выделил внедрение международных стандартов социальной ответственности бизнеса как одно из приоритетных направлений дальнейшей модернизации социальной сферы, а национальные компании и крупные инвесторы – как основных проводников социальной ответственности бизнеса перед обществом [1].

Опыт западных компаний показывает, что приоритеты в сфере корпоративной социальной ответственности зависят от системы стратегических целей компании.

Повышение влияния корпоративной социальной ответственности на рост их рыночной стоимости (капитализации) является устойчивой тенденцией. Это подтверждается появлением в последнее время сразу нескольких фондовых индексов социальной ответственности. А также растущим стремлением компаний войти в эти индексы.

Отсутствие стратегических (публично заявленных) приоритетов в области корпоративной социальной ответственности может приводить к снижению эффективности социальной деятельности компаний.

Совершенствование этики бизнеса, расширение сферы корпоративной социальной ответственности способствуют изменению негативного отношения общественности, инвесторов, потребителей к крупному бизнесу, в чем остро нуждаются казахстанские компании. С большей долей вероятности можно предположить, что именно отсутствие доверия со стороны инвесторов, акционеров играют негативную роль в ряде несостоявшихся сделок производственных компаний по приобретению активов на международных рынках.

Следует также отметить, что в настоящее время актуальным является вопрос оценки социальной полезности результатов деятельности организации. Без критериев оценки, характеризующих проявления корпоративной социальной ответственности, невозможно анализировать текущее

состояние, делать прогнозы, невозможно сравнивать компании, управлять социально ответственной деятельностью. Отсутствие общих подходов к оценке КСО затрудняет планирование, учет, контроль средств и мероприятий, связанных с обеспечением социальной ответственности.

В научной литературе существуют различные трактовки социальной ответственности бизнеса. Социальная ответственность – это выполнение предприятием законодательно установленных и добровольно принятых социальных обязательств по отношению к персоналу, развитию социально-трудовой сферы предприятия и социальной сферы общества, местного сообщества, на территории которого оно осуществляет свою основную деятельность [2], или социальная ответственность как базовая ценность в обществе и как инструмент решения совокупности социально-экономических задач [3]

Группа авторов предлагает понятие корпоративной социальной ответственности:

Корпоративная социальная ответственность (КСО) - это реализация интересов компании (корпорации) посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в развитии общества [4].

Корпоративная социальная ответственность – это ответственность корпорации за влияние ее любых решений и ее деятельности на общество и окружающую среду, а также предполагающая прозрачное и этическое поведение, которое содействует устойчивому развитию, здоровью и благосостоянию всего общества, соответствует законодательству и согласуется с прогрессивными нормами поведения [5].

Под корпоративной социальной ответственностью - это самостоятельная концепция, которая отражает современные тенденции развития общества, экономики и бизнеса, в рамках которых компания на добровольных началах принимает участие в социальном развитии общества и местных территорий (сообществ), защите окружающей среды, формировании благоприятной социальной среды бизнеса через социальное инвестирование, инициативы и участие в широком перечне социальных проектов и программ [6].

Динамичное развитие концепции корпоративной социальной ответственности прошло определенные этапы. Точкой отсчета можно считать работу Г. Боуена «Социальная ответственность бизнесмена», которая была опубликована в 1953 году [7]. В статье были отражены определения и смысл рассматриваемого понятия, а также возможность дальнейшего детального изучения корпоративной социальной ответственности. Корпоративная социальная ответственность была определена как «обязанность бизнесменов принимать те решения и следовать тем направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей... общества».

В ней особо подчеркивалась мысль о том, что организации должны нести ответственность перед обществом, в котором функционируют, направляя часть своих ресурсов и усилий на социальные нужды, при этом уделяя внимание таким сферам, как защита окружающей среды, здравоохранение, защита интересов потребителей и т.п.

По мнению Г. Боуена, социальная ответственность бизнесмена состоит в «реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества». Ученый подчеркивает главную особенность корпоративной социальной ответственности как ориентация на цели и ценности государства, в т.ч. корпорации.

Сущность корпоративной социальной ответственности в ракурсе рыночной структуры и рыночных сил была впервые внесена в научный оборот американским ученым Т. Левиттом. В статье «Угрозы социальной ответственности» он отмечает, что бизнес получит большие шансы на выживание, если откажется от абсурдного взгляда на свои цели, то есть если долгосрочная максимизация прибыли остается единственной целью и в теории, и на практике.

По его мнению бизнес несет ответственность в двух видах: следование элементарным канонам повседневного цивилизованного общения (честности, добросовестности) и стремление к материальной выгоде [8].

Основной работой в формировании двухсторонней модели стейкхолдерских отношений явилась статья Р. Аккермана «Как компании реагируют на социальный запрос», в которой рассматривалась корпоративная социальная восприимчивость - практика оперативного решения стейкхолдерских запросов с целью препятствовать их аккумуляции до тех пор, пока компания окончательно не лишится возможности выполнять свою прямую задачу поставщика товаров и услуг, полностью утратив устойчивость [9].

КСО в понимании большинства современных исследователей носит экономический характер (достижение конкурентоспособности компании) и не является формой благотворительности или меценатства [10].

Отличительной особенностью модели «стратегической» КСО является интеграция социальной ответственности в стратегию компании, направленную на взаимодействие со стейкхолдерами, получение выгоды и поддержание долгосрочной конкурентоспособности (Рисунок 1).

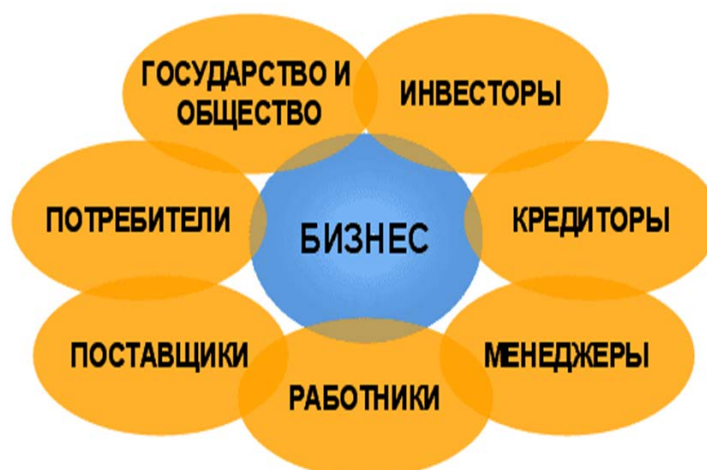


Рисунок 1 – Объекты корпоративной социальной ответственности

Стейкхолдерский подход в настоящее время остается доминирующим в сфере КСО, и его реализация способствует накоплению репутационного капитала, способствуя росту доверия и лояльности к компании.

Отказ от КСО нередко оказывается равнозначен отказу от устойчивого развития компании. По этой причине КСО рассматривается как одна из приоритетных задач корпоративного управления и одна из актуальных проблем современной экономики (в плане определения роли КСО в устойчивом развитии компании и вкладе социальных инвестиций в устойчивое развитие). Устойчивость (как способность компании адаптироваться к изменчивой среде) выступает как основная цель устойчивого развития компании.

Поскольку корпоративная социальная ответственность является одним из ключевых факторов устойчивого развития компании и содействует устойчивому развитию в целом, соответствующий эффект может быть достигнут лишь в случае реализации модели «стратегической» КСО, стратегического подхода к КСО.

В мировой экономике оценкой уровня корпоративной социальной ответственности являются следующие параметры:

1. Отчеты корпоративной социальной ответственности служат интересам и выполнением коммуникационных потребностей заинтересованных организаций, гигантских нефтегазовых компаний.

2. Организации бизнеса.

3. Знание интенсивных деловых услуг и консалтинговых фирм и агентств.

4. Организации совещаний и конференций КСО.

5. Некоммерческие организации.

6. НПО для гражданского общества

7. Сопроизводственных инновационных организаций гибридных организаций для бизнеса - НПО сотрудничестве.

8. Сети бизнес.

9. Торгово-промышленные палаты.

10. КСО целевые.

11. Средства массовой информации и WWW-порталов.

12. Академический сектор высших учебных заведений.

13. Корпоративная социальная ответственность научно-исследовательских учреждений в научных и профессиональных журналах [11].

Обобщающим критерием понимания бизнес-организацией своей социальной ответственности служат ее социальные затраты, которые складываются из двух частей (рисунок 2)



Рисунок 2 – Затраты, связанные с КСО

Первая – это обязательные затраты, производимые в рамках ответственности, которая установлена законами, в том числе, платежи в федеральные, региональные и муниципальные бюджеты (налоги, акцизы и др.), выплаты заработной платы персоналу, расходы на охрану труда и окружающей среды. Организацию, которая неукоснительно и в установленные сроки производит все обязательные затраты, уже можно считать социально ответственной.

Вторая группа социальных затрат – это те, которые выходят за рамки ответственности, установленной законами и которые производятся по морально-этическим соображениям (например, затраты на помощь социальным учреждениям, неработающим ветеранам, на дополнительные мероприятия по охране труда и т.п.) или (и) по деловым соображениям. Принимая решения о таких затратах, руководство организации прекрасно понимает, что они «работают» на ее репутацию и тем или иным образом возмещаются. Кроме того, дополнительные, не обязательные по законам государства, но желательные по законам рынка затраты на обеспечение высокого качества продукции или услуг или на снижение расхода ресурсов также являются социальными, так как положительно влияют на качество жизни населения.

Таким образом, в результате исследования теоретических аспектов формирования корпоративной социальной ответственности, было выяснено, что при оценке эффективности КСО в исследуемой компании следует ориентироваться на оценку социальных затрат и соответствия стандартам и критериям КСО, принятым в международной практике. Наиболее полным определением критерия КСО, которое охватывает все аспекты деятельности в рамках КСО и подходит для целей нашего исследования, является следующее:

Критерий социально-ответственного поведения бизнеса предусматривает наличие нерыночных элементов в воспроизводственном поведении фирмы, связанных с формированием партнерских отношений.

Список литературы

1. Назарбаев Н.А. Послание Президента РК Н. А. Назарбаева «Стратегия 2050»
2. Дорожкина Т.В., Крутиков В.К., Аракелян С.А., Федорова О.В. Корпоративная социальная ответственность. Учебно-методическое пособие. Калуга: Изд-во «Эйдос», 2015. – 178 с.
3. Зарецкий, А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие / А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. – Краснодар: КСЭИ, 2012. – С. 45–46.
4. Герасимова С., Директор Центра КСО МИРБИС, «Стандарты корпоративной социальной ответственности: анализ и практика применения в России», Международная конференция «Управление качеством продукции, услуг и корпоративной социальной ответственностью: международные подходы (управление соответствием и управление по ценностям) и российский опыт», 10 июня 2014 года, С.258-261
5. Корпоративная социальная ответственность : учебное пособие /Ж. А. Ермакова, И. Н. Корабейников, Р. М. Прытков; Оренбургский гос. ун-т. - Оренбург: ОГУ, 2016. - 255 с.
6. Теория и практика корпоративной социальной ответственности / науч. ред. Е.В. Нехода. – Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2015. – 340 с.
7. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. - N.Y: Harper & Row, 1953. – p. 122.
8. Levitt Th. The dangers of social responsibility // Harvard Business Review.- 1958. – Vol. 36, №5. - p. 41-50.
9. Ackerman R. W. (1973). How companies respond to social demands. Harvard Business Review , 51(4), p. 88-98.
10. Белоусов К. Ю. Корпоративная социальная ответственность и ее прагматическая функция // Бизнес и общество: Сборник статей VI Международной научно-практической конференции 26-28 января 2010 года, Санкт-Петербург, Россия. – СПб. 2010. – 188 с. – С. 6-8

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА КАЗАХСТАНА

Бермухамедова Г.Б. – к.э.н.

Каспийский государственный университет технологий
и инжиниринга имени Ш.Есенова

Рынок туристских услуг имеет сильные традиции в экономике Казахстана. Первые туристы посещали Казахстан еще в третье тысячелетие до н.э. В советский период в Казахстане главным образом развивался внутренний туризм, международного практически не было, несмотря на то, что доходы от туризма последовательно росли.

Важным этапом развития государственного регулирования стала Государственная программа развития туризма в РК на 2007-2011 гг., а также действующая Программа развития перспективных направлений туристской индустрии Республики Казахстан на 2010-2014 годы и Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года, которая разработана в целях реализации Послания Президента Республики Казахстан [1].

По мере расширения и усложнения процессов организации туризма все новые отрасли и предприятия национальной экономики вовлекаются в туристское производство. Обслуживанием туристов занимаются предприятия торговли, банки, страховые компании. Косвенно формируют туристскую индустрию предприятия, обслуживающие не только туристов, но и другие группы населения: учреждения культуры, лечебные и медицинские учреждения, организации связи, предприятия по производству товаров народного потребления, общественный пассажирский транспорт и т.д [2].

Активность рынка выездного туризма подвержен колебаниям, тем не менее, она имеет более стабильный характер. Процесс диверсификации регионального продукта происходит быстрыми темпами в области выездного туризма. Несколько медленнее процесс идет в области внутреннего и въездного туризма, что связано с недостаточным развитием материальной базы и инфраструктуры туризма, недостатком квалифицированных кадров [3].

Факторы, ограничивающие объем оказанных туристам услуг в РК, по мнению казахстанских ученых можно рассмотреть на рисунке 1.

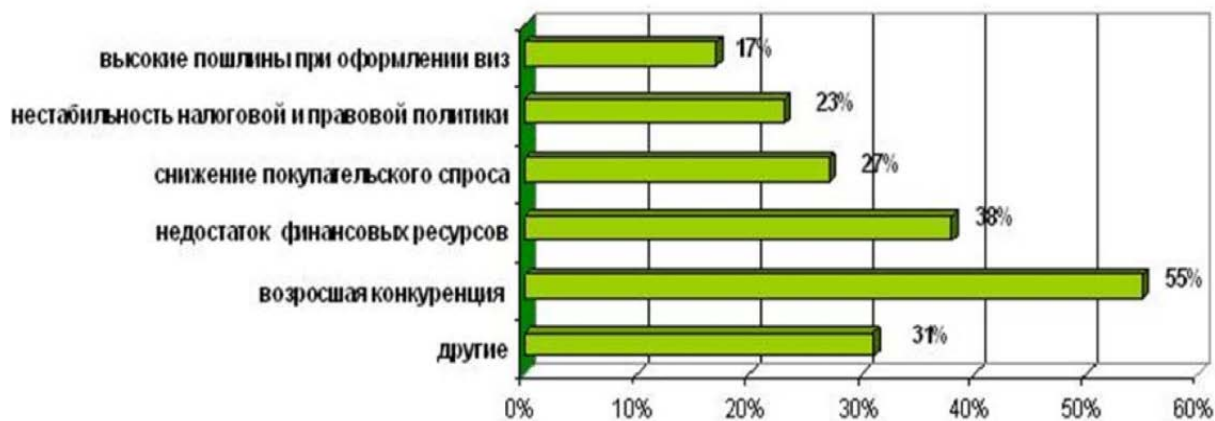


Рисунок 1 – Факторы, ограничивающие объем туристских услуг в РК.

Основным фактором недостатка финансовых ресурсов для предпринимателей туристской отрасли является неумение населения составлять бизнес-план, отсутствием залога для получения кредита и высокими банковскими процентными ставками. К прочим факторам относится качественный показатель обслуживания и оснащенность объектов туризма.

Наибольший удельный вес среди факторов ограничивающих рост туристских услуг в РК составляет возросшая конкуренция - 55%, недостаток финансовых ресурсов - 38%, прочие факторы - 31%, снижение покупательского спроса - 27%, нестабильность налоговой и правовой политики - 23% и наименьший показатель - это высокие пошлины при оформлении виз - 17%. Возросшая конкуренция в сфере туризма наблюдается на мировом рынке, так как развитие экономики имеет прямую зависимость от темпов туристской отрасли [4].

Анализ состояния развития туризма в области характеризуется уникальными возможностями наличием большого потенциала для экономики региона. Объем услуг в тенге постоянно рос, хотя рост несколько замедлился в кризисный период. Больше всего объем оказываемых услуг в ресторанах, следовательно, этой сфере нужно уделять больше внимания при развитии туристского сектора приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Объем услуг, оказанный местами размещения за 2011-2015 гг. в тыс. тенге.

Наименование	На начало периода					Соотношение 2015г. к 2011г.,%
	2011	2012	2013	2014	2015	
Всего	40414059,7	50559382,5	48308725,1	58261937,5	6313593,1	56
Предоставление услуг гостиницами, ресторанами	31490533,4	40133056,0	39426639,4	47545506,6	50562382,0	61
Из них рестораны	9221674,5	10180159,7	10868100,1	13016097,9	15299018,5	66
Предоставление услуг гостиницами без ресторанов	7167945,7	7492893,6	6499672,8	8057183,8	9654397,1	35
Предоставление жилья на выходные и прочие периоды кратко-сточного проживания	1391725,5	2253664,9	1856253,6	2367164,3	2457698,1	77
Туристские лагеря, парки отдыха и развлечений	335614,3	570525,4	424543,4	171457,6	181923,5	-54
Другие виды жилья	28240,8	109242,6	101616,0	120625,2	279552,4	890
Примечание: Официальный сайт Агентства РК по статистике . http:// www/stat.kz (www.kit.gov.kz/page/statistika-turizma)						

Количество номеров в гостиницах на начало периода 2015 года выросло с 24918 до 26926 по сравнению с 2014 годом соответствующего периода, рост заполняемости гостиниц означает, что желающих поселиться в гостиницах все больше. Заполняемость посетителями гостиниц за 2011-2015 гг., в % представлено в таблице 2

Таблица 2. Заполняемость посетителями гостиниц за 2011-2015 гг., в %

Наименование	На начало периода					Соотношение 2015г. к 2011г.,%
	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	
Республика Казахстан	26,6	23,5	20,4	21,3	25,8	-9,7
Акмолинская	17,6	15,1	12,6	13,9	29,9	70
Алматинская	22,2	14,6	14,6	11,9	10,1	-4,5
Мангистауская	53,5	58,5	55,3	64,0	92,6	73
Южно- Казахстанская	20,5	17,4	13,7	17,4	17,0	-8,3
г. Астана	43,1	35,1	27,4	29,7	32,0	-7,4
г. Алматы	38,4	29,1	22,3	23,3	26,3	-6,8
Примечание: Официальный сайт Агентства РК по статистике . http:// www/stat.kz (www.kit.gov.kz/page/statistika-turizma)						

Заполняемость гостиниц в Казахстане выросла с 21,3% в 2015 году на начало периода до 25,8 в 2014 году соответствующего периода.

Сегодня на рынке туристических услуг наблюдается тенденция сокращения количества независимых туристических агентств. Стремительно увеличивается доля рынка, принадлежащая туристическим сетям. Сетевые туристические агентства обладают преимуществом перед независимыми туристическими агентствами. Рациональное и бережное использование природных ресурсов способствует развитию в республике практически всех видов туризма. На сегодня перспективными направлениями в Казахстане представляются горнолыжный, курортно-

рекреационный, оздоровительно-лечебный, экологический туризм. При этом в стране практически не остается экологически безопасных мест не только для отдыха, но и для проживания, так как зачастую люди сами доводят экологическую среду до критического состояния [5].

В сфере давно назрели серьезные системные проблемы, которые необходимо решать на всех уровнях власти. Так, можно выделить ключевые недостатки, тормозящие развитие въездного и внутреннего туризма в Казахстане:

- завышенные цены на все виды транспортных, гостиничных и ресторанных услуг. К тому же, высокая стоимость транспортных услуг, в первую очередь авиабилетов, увеличивает стоимость туристического продукта Казахстана и, соответственно, снижает его конкурентоспособность на международном рынке;

- слабый государственный контроль туристической сферы. После отмены лицензирования турагентской деятельности осуществлять контроль туристической деятельности становится сложнее, что приводит к стихийности и неконтролируемости деятельности многих турфирм;

- низкий уровень развития транспортной и гостиничной инфраструктуры. При подобном уровне развития инфраструктуры цены значительно завышаются с целью получить большую прибыль от минимального числа туристов;

- слабая научно-исследовательская база для изучения туризма. Нет основы для комплексного прогнозирования, долгосрочного планирования, территориальной организации туризма;

- недостаток профессиональных кадров в сфере туризма. Небольшое число грамотных гидов, заинтересованных в продвижении туризма в стране;

- несовершенство законодательного и экономического стимулирования въездного и внутреннего туризма на государственном и местном уровне;

- недостаточно квалифицированная организация обслуживания туристов, что создает отрицательный имидж, как конкретному туристскому центру, так и стране в целом;

- недостатки в политике государства и местных властей по созданию положительного имиджа как страны привлекательной для туризма;

- бедность ассортимента предлагаемых услуг;

- отсутствие комплексной маркетинговой стратегии по пропаганде внутреннего и въездного туризма.

Казахстан, несомненно, привлекателен для иностранных туристов и местного населения, но сдерживающие факторы мешают полноценному развитию туризма в стране. Необходимо реально оценивать, что туризм в Казахстане как один из видов экономической деятельности не будет приносить тех доходов, которые ожидают от него профильные государственные структуры. При этом не стоит и преуменьшать возможностей отрасли, которая, при правильном и рациональном направлении может приносить неплохие доходы, улучшая тем самым ресурсную базу внутреннего туризма.

Учитывая состояние и тенденции туристической отрасли в Казахстане, для решения проблем, предлагается:

- усилить практическую значимость применяемых действий профильных научных структур, которые занимались бы вопросами комплексного прогнозирования развития и территориальной организации туризма, вели работы по оценке туристическо-рекреационных ресурсов, разрабатывали научные принципы организации туризма, включая отдельные его виды, и управления ими;

- создать условия для отдыха и как следствие, подъема экономики за счет рентабельности туристических объектов. Это обеспечит устойчивый рост занятости и доходов населения, стимулирование развития смежных с туризмом отраслей;

- развивать систему государственного регулирования и поддержки туристической деятельности посредством совершенствования законодательства по вопросам развития въездного и внутреннего туризма, упрощения регистрационных процедур;

- наладить взаимодействие различных министерств в области развития внутреннего туризма, так как решение данной задачи требует комплексного подхода с точки зрения науки, культуры, образования, здравоохранения;

- повысить качество транспортных и гостиничных услуг в соответствии с требованиями, установленными системой технического регулирования;

- во избежание нанесения большего вреда экологии и безопасности отдыхающих и местных жителей повышать уровень культуры и ответственности населения за нанесение ущерба окружающей среде;

- в целях широкой пропаганды и популяризации туризма широко освещать информацию о туристических фирмах на телевидении, в интернете, СМИ;

-создать единый интернет-журнал с полной информацией о туристических услугах каждого региона. Активный обмен информацией позволит осуществлять обмен рекомендациями между турагентами.

Все эти мероприятия будут способствовать дальнейшему развитию как внутреннего, так и въездного туризма, что в конечном итоге, приведет к значительному повышению привлекательности национального туристического продукта и интеграции Казахстана в систему мирового туристического рынка.

Создание привлекательного внутреннего туристического продукта, насыщенного разнообразными основными и дополнительными услугами, должно стать важной задачей развития казахстанского туристического рынка.

Список литературы:

1. Назарбаев Н.А. Казахстан на пути ускоренной экономической, социальной и политической модернизации: Послание Президента РК народу Казахстана от 14 декабря 2013 г. <http://www.akorda.kz>
2. Указ Президента Республики Казахстан от 28 августа 2006 года № 167
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. — 576 с.
4. Официальный сайт Агенства РК по статистике .<http://www.stat.kz> (www.kit.gov.kz/page/statistika-turizma)
5. Жансагимова А.Е. состояние рынка услуг в экономике РК Вестник ЕНУ им. Л.Н.Гумилева: Астана, 2012.-№4.- С.238-247

ФОРСАЙТ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ КОМПАНИИ

Еркулова Г.С. – к.э.н.

Маркабаева Э. Н. – магистрант

*Каспийский государственный университет технологий
и инжинеринга имени Ш. Есенова*

Форсайт является необходимым условием для прогнозирования потребительских характеристик спроса, будущей стоимости ресурсов фирмы, создания новых операций и которая требует значительные и часто необратимые инвестиции[1].

Форсайт это система методов и методологии для предвидения инноваций как в научной, технической, так и в гуманитарной сфере. Форсайт стратегия впервые использовалась на западе, для выявления конкурентных преимуществ путем развития технико-технологического прогресса. В середине XX столетия в США и в Европе стартовали несколько программ прогнозирования развития технологий. Существует множество методов прогнозирования, однако в программах Форсайт наиболее интенсивно используются лишь 10–15 из них. Например, в Японии в основу программ Форсайта положен метод Дельфи, посредством которого каждые пять лет разрабатывается технологический прогноз на ближайшие 30 лет. Метод Дельфи предполагает отбор высококвалифицированных экспертов, создание экспертных панелей по отдельным направлениям науки и технологий, разработку перечня тем – потенциальных научно-технологических достижений, ожидаемых в долгосрочной, до 25–30 лет, перспективе. Оно включает, так же фундаментальные и прикладные исследования, инновационные товары и услуги, создаваемые на основе новых технологий. В Великобритании и Германии используется широкий спектр методов, которые применяются в различных комбинациях; в США и Франции накоплен значительный опыт разработки перечней критических технологий. Среди наиболее продуктивно используемых методов – Дельфи, критические технологии, разработка сценариев, технологическая дорожная карта и формирование экспертных панелей. Так же, в Казахстане форсайтные исследования направлены на определение вектора дальнейшего развития Республики, выявление приоритетов научно-технологического развития страны до 2020 года на основе достижения консенсуса мнений различных субъектов национальной инновационной системы. По результатам Дельфи-опроса определен список ключевых для Казахстана продуктов и услуг, которые станут базой для выявления критических технологий и приоритетных направлений развития науки и технологий в стране[2].

Разработчики политики используют методы форсайта для изучения альтернативных вариантов для лучшего будущего в структурированном виде.

Форсайт дает возможность:

- оценить текущие приоритеты политики, а также потенциально новых направлений политики;
- увидеть, как возможные политические решения могут сочетаться с другими событиями;
- в поддержке и связи политики в рамках целого ряда секторов;

- определить будущие направления, новые технологии, новые требования и социальные проблемы;
- предвидеть будущие события, подрывные события, риски и возможности.[3]

Как мы видим, форсайт это оценка будущих событий на макрорегиональном уровне. Форсайт на уровне организации является способностью систематически думать о будущем, информировать сегодняшнее руководство для принятий решений. Это потенциал, который мы должны развивать как в личной сфере, так и в организации и в обществе. Когда мы сознательно используем дальновидность в организационных процессах для информирования и планирования стратегии, мы практикуем «стратегическое предвидение». Форсайт в рамках организации, отличается ограниченными масштабами и временными рамками.

Итак, как «делается» стратегия форсайта на предприятии? Во-первых, руководству нужно взять на себя обязательство развивать и использовать четкие будущие процессы, выявленные в результате форсайт стратегии. Необходимо дать разрешение персоналу на тайм-аут здесь и сейчас, чтобы думать о будущем. Руководство должно поощрять использование широкого спектра методов для поддержки стратегического мышления. Во-вторых, создать основу для анализа - что нам нужно знать больше? На чем нужно заострить внимание в течении времени? Оценить различные источники информации - количественные, качественные, от персонала, от экспертов, точные данные, возможности. Оценить информацию, которая имеет непосредственное отношение к реализации стратегии сегодня и информацию, которая казалось бы, не связана с проектом. В третьих, Систематично и регулярно анализировать и интерпретировать отчеты сканирования с использованием целого ряда подходов; Есть ли что-то, на что нам нужно обратить внимание сейчас? Так же, не маловажно регулярно воспроизводить стратегические события или процессы, а так же коллективно рассматривать ту информацию, которая была собрана в течении времени. И наконец, принимать стратегические решения и просматривать их регулярно[4].

Исходя из вышеперечисленных шагов, можно заметить, что форсайт-проект на предприятии это много векторная работа для топ-менеджмента и экспертов в предполагаемой отрасли. Набор методов, применяемых в том или ином проекте, может выбираться с учетом множества факторов: временных и ресурсных ограничений, наличия достаточного количества высококвалифицированных специалистов, доступа к информационным источникам и др. Тем не менее, ключевым условием успешности проекта является использование методов, обеспечивающих эффективную работу привлекаемых экспертов. Всем компаниям стремящимся быть инновационными, необходимо начать с создания среды, где различным компонентам творчества будет предоставлена неограниченная свобода вступать друг с другом в конфликт с помощью новых и интересных способов. Далее же следует предоставить этим новым творениям время и свободу для эволюции и функционирования либо, что случается гораздо чаще, для бездействия и смерти [5].



Рис.1. «Треугольник Ловериджа»

*La Prospective, от фр. «prospection» – исследования новых областей и «perspective» – перспектива, – система методов исследования будущего, предложенная французским философом Г. Берже (1896–1960).

Выбор правильного набора подходов для применения в том или ином проекте не имеет однозначного решения. Тем не менее, существуют базовые принципы формирования комбинаций методов. «Треугольник Ловериджа» (см. рис. 1), в вершинах которого располагаются ключевые факторы, обеспечивающие успех работы с экспертами: креативность, извлечение экспертного знания и взаимодействие[6] показывает, что расположение методов Форсайта внутри треугольника соответствует их «притяжению» к тому или иному его углу. Использование любого из методов имеет свои сильные и слабые стороны. Например, мозговой штурм способствует креативности экспертов, но не обязательно сопровождается их эффективным взаимодействием, а экспертные семинары, обеспечивая взаимодействие специалистов, могут не привести к выявлению важных аспектов, отражающих перспективы развития отдельных технологических областей. Идея треугольника заключалась в том, чтобы задействовать в любом Форсайт-проекте комбинацию методов, обеспечивающих успешную реализацию всех трех функций, соответствующих его вершинам[7].

Форсайт на уровне организации широко используется крупными компаниями США и Европы и доказал свою эффективность (более 50% опрошенных организаций, использующих данную методологию). Подобные проекты реализовывались в таких компаниях, как Daimler-Chrysler, Shell, Motorola, Siemens, Ericsson, Johnson & Johnson. Организация Johnson & Johnson благодаря реализации корпоративного форсайта в свое время снизила себестоимость своих продуктов, что позволило создать несколько новых предприятий. Так же было зарегистрировано более 54 тыс. патентов в различных странах, за последние двадцать лет удвоился объем продаж. Инновации превращаются в основное стратегическое оружие глобальной конкуренции. Один из примеров – основанная на времени конкуренция, то есть способность компании предлагать продукты и услуги раньше и быстрее конкурентов. Таким образом, наиболее «расторопные» организации завоевывают существенное стратегическое преимущество[8].

Что касается форсайта в организации в призме стратегического менеджмента, то интерпретация корпоративного форсайта внутри организации должно производиться на уровне топ менеджмента, а собираемая информация должна поддерживаться прочными данными.

Для обеспечения долгосрочной жизнеспособности компании необходимо обеспечить стратегическую эластичность бизнеса, выявляя даже непродолжительные перемены в данной среде. Для обеспечения действительного влияния форсайта внутри самой организации подразделения, отделы, специалисты высокого уровня должны иметь связь одновременно и личности ответственные за принятия решений должны принимать непосредственное участие в корпоративном форсайте[9].

Постепенно крупные организации РК вводят в управленческие задачи стратегическое планирование на длительный период, делая долгосрочные прогнозы не ограничиваясь SWOT, PEST и другими инструментами анализа и планирования. Стратегический форсайт необходим в нынешнем состоянии экономического развития не только в компаниях, форсайт прежде всего должен осуществляться в республиканском масштабе.

Министерство энергетики Республики Казахстан готовит проект «Форсайт-2050»: Новый мир энергии и место Казахстана в нем» для презентации на международной выставке ЭКСПО -2017, которая состоится в Астане[10].

Реализация таких проектов должна дать новый импульс развитию Форсайта в Казахстане. Мировой опыт форсайта показывает важность метода для дальнейшей конкурентоспособности ориентированных на экспорт компаний страны, так и тех которые задействованы на внутреннем рынке. Наиболее из которых, нуждающаяся в анализе и прогнозировании в Казахстане, являются организации сферы науки и инновации.

Список литературы:

1. Handbook of Research on Strategy and Foresight, Laura Anna Costanzo, Robert Bradley MacKay, Стр 2.
2. <http://kzinform.com/ru/news/20111005/03419.html>
3. Официальный сайт Европейской Комиссии. <https://ec.europa.eu/research/foresight/index.cfm>
4. Мари Конвей, Стратегический форсайт. <http://thinkingfutures.net/about/maree-conway/>
5. Эрик Шмидт, Джонатан Розенберг, Алан Игл. Как работает Google./пер. с англ. – Москва: Эксмо, 2015. Стр. 281.
6. А.В. Соколов, журнал "Форсайт", №1, 2007, «Форсайт: взгляд в будущее», стр. 9.
7. Loveridge D. Foresight. PREST. University of Manchester, 2001.
8. Дафт.Р. Менеджмент. 6-е издание./пер. с англ. – СПб.: Питер, 2004. Стр. 448.
9. Rene Rohrbeck. Corporate foresight. Towards a maturity Model for the future orientation of a firm/Springer Verlag. Berlin, Heidelberg, 2011./Стр. 51.
10. Анель Касымова. 25.10.2016. Астана, КазИНФОРМ. «Министерство Энергетики РК готовит прект «Форсайт-2050»

МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ

Софиева К.А. – магистрант

*Каспийский государственный университет технологий
и инжиниринга имени Ш.Есенова*

Для того чтобы разобраться в месте и роли управления в предпринимательской деятельности, нужно понять, что это такое. С системой управления непосредственно связан менеджмент.

Менеджмент – это самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности, направленной на достижение фирмой, действующей в рыночных условиях хозяйствования, намеченных целей путем рационального использования материальных и трудовых ресурсов с применением принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента.

Менеджмент (управление в условиях рынка) означает:

- ориентацию фирмы на спрос и потребности рынка, на запросы конкретных потребителей и организацию производства тех видов продукции, которые пользуются спросом и могут принести фирме намеченную прибыль;
- постоянное стремление к повышению эффективности производства, к получению оптимальных результатов с меньшими затратами;
- хозяйственную самостоятельность, обеспечивающую свободу принятия решений тем лицам, которые несут ответственность за конечные результаты деятельности фирмы или ее подразделений;
- постоянную корректировку целей и программ в зависимости от состояния рынка;
- выявление конечного результата деятельности фирмы или ее хозяйственно самостоятельных подразделений на рынке в процессе обмена;
- необходимость использования современной информационной базы для проведения многовариантных расчетов при принятии обоснованных и оптимальных решений.

Менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности предполагает, что менеджер не зависим от собственности на капитал фирмы, в которой он работает. Он может владеть акциями фирмы, а может и не иметь их, работая по найму на должности менеджера [1].

Труд менеджера – это производительный труд, возникающий в условиях комбинирования высокотехнологичного производства с высоким уровнем специализации работников.

Взросшие требования к управлению обусловлены увеличением масштабов предприятий, сложностью технологии, необходимостью владения управленческими навыками. В современных условиях все решения по финансовым, организационным и экономическим вопросам подготавливаются и вырабатываются профессионалами в области организации управления, которые осуществляют также наблюдение и контроль принятых решений.

Содержание понятия «менеджмент» можно рассматривать как организацию управления фирмой и как процесс принятия управленческих решений.

Фирма осуществляет любые виды предпринимательской деятельности, направленной на получение прибыли. Содержание менеджмента состоит в достижении фирмой определенных результатов в ходе предпринимательской деятельности.

Цели фирмы предполагают преобразование ресурсов для достижения конечных результатов. Для их реализации необходимо осуществление различных видов деятельности, каждую из которых надо планировать и контролировать по ходу ее осуществления.

В зависимости от конкретных функций фирма делится на подразделения, выполняющие возложенные на них задачи по реализации специфических целей. Подразделения представляют собой группы людей, деятельность которых сознательно направляется и координируется для достижения общей цели.

Такое содержание понятия «менеджмент» соответствует принятому понятию внутрифирменного управления.

Любая ситуация, возникающая в процессе управления, является задачей для руководителя – менеджера – и требует от него принятия решений, в частности в отношении изменения целей и программы действий. Это касается всех уровней управления.

Управленческие решения принимаются на основе информации, получаемой и обрабатываемой в процессе подготовки решения. Принятое такое решение должно содержать ответ на вопрос: как реализовать его и как проконтролировать его исполнение[2].

Процесс функционирования системы управления включает работу по ее совершенствованию и рационализации, поскольку современный менеджмент основан на рациональных способах принятия решений.

Каждый аспект подхода к менеджменту как к системе управления требует ее изучения в рамках глобальной деятельности, на текущий момент и на перспективу. А это отражается в методах воздействия на предмет управления, на организационной структуре, на формулировке целей.

Цели системы управления

Всю совокупность целей организации можно разделить на 4 блока:

- экономические;
- научно-технические;
- производственно-коммерческие;
- социальные.

Каждый из названных блоков имеет свою цель 1-го уровня, основное содержание которой можно кратко выразить следующим образом.

Экономическая цель – получение расчетной величины прибыли от реализации продукции или услуг.

Научно-техническая цель – обеспечение заданного научно-технического уровня продукции и разработок, а также повышение производительности труда за счет совершенствования технологий.

Производственно-коммерческая цель – производство и реализация продукции или услуг в заданном объеме и с заданной ритмичностью (обеспечивающие экономическую цель договорные обязательства, госзаказы и т. п.).

Социальная цель – достижение заданной степени удовлетворения социальных потребностей работников.

Сложнее всего разобрать и вместить в рамки схемы социальную цель. Ее можно рассматривать двояко. С одной стороны, она должна отвечать на вопрос: каковы конкретные потребности работников, удовлетворения которых они вправе требовать у администрации. С другой стороны, эта же система целей должна отвечать и на такие вопросы: какие цели по использованию персонала ставит перед собой администрация? Какие условия она стремится для этого создать?

Так, с точки зрения работника, его потребности могут быть выражены через функции труда, которые он (т. е. труд) выполняет по отношению к человеку как участнику конкретного трудового процесса, т.е. позволяет он или нет человеку реализовать свои способности. Труд должен выполнять монетарную цель, социально-психологическую цель и цель самореализации.

На следующем уровне целей следует выделить целевое обеспечение общих функций управления: планирования (т. е. координации ожидаемых результатов и способов их получения), организации и регулирования (т. е. координации фактических действий по достижению результата), учета и контроля (т. е. обратной связи от объекта к субъекту для получения информации о достижении результатов), стимулирования (т. е. распределения финансовых ресурсов между звеньями). Все перечисленные общие функции управления в неразрывном единстве присутствуют в деятельности руководителей подразделений всех уровней.

Каждую из этих целей можно также разделить на составляющие, так, например:

1) монетарная цель:

- оплата труда;
- дополнительные материальные льготы и стимулы.

2) социально-психологическая цель:

- межличностное общение;
- условия труда;
- социальная безопасность;
- социально-психологический климат.

3) цель самореализации:

- творческий характер труда;
- возможность профессионального роста;
- должностное продвижение;
- признание заслуг, адекватная оценка труда.

С точки зрения администрации, тот же блок целей должен включать целевые задачи и условия для их решения. Так можно выделить систему целей организации по отношению к персоналу. Главной целью будет являться получение прибыли. Ради этой цели можно:

- а) использовать персонал в соответствии со структурой и целями организации;
- б) повышать эффективность трудовой отдачи.

Каждый из этих пунктов можно детализировать, разделить на несколько составляющих:

1. Использование в соответствии с целями и структурой предприятия:

- выполнение трудовых функций (расстановка персонала, целенаправленное перемещение персонала);

- развитие персонала (индивидуальные задачи, обучение, служебное и профессиональное продвижение);

- оценка персонала (оценка кадров при отборе, текущая периодическая оценка персонала).

Одной из важнейших проблем современного менеджмента является построение и совершенствование системы управления. При всём многообразии подходов к решению этой проблемы невозможно определить универсальные методы и приёмы построения, т. к. каждая организация имеет свои индивидуальные особенности.

Основу для построения эффективной системы управления должна дать работа кадровой службы, значение которой в последнее время всё возрастает. Кадровое подразделение становится центром кадровой политики. Современное планирование и развитие производства уже не может обходиться без эффективной работы кадровых служб.

Поэтому важнейшим фактором успеха становится непрерывное теоретическое и практическое обучение руководителей нового типа: высокопрофессиональных, компетентных в широком круге экономических, социальных и технологических вопросов, с высоким чувством ответственности за результаты деятельности.

В настоящее время существует множество программ, повышающих эффективность управления персоналом. Объем проведенных исследований пока еще не достаточен для окончательных выводов о результативности этих программ, но уже имеющиеся данные показывают, что такие программы способствуют развитию чувства удовлетворения работой, снижению количества прогулов и текучести кадров и повышению качества продукции и как следствие – повышению эффективности производства. Конечно, не маловажен сам производственный процесс, квалификация работников, но ничто так не сделает производство эффективней, как качественное руководство. Планирование, контроль, организация – вот составляющие успеха в крупных и мелких компаниях. Процесс управления необходим для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации[3].

Список литературы:

1. Менеджмент: учебник / И.И. Герчикова. – М.: ЮНИТИ, Шипунов В.Г., 2009.
2. Кишкель Е.Н. Основы управленческой деятельности: социальная психология, менеджмент. – М.: Высшая школа, 2004.
3. Зайцев Г.Г. Управление кадрами на предприятии: персональный менеджмент. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 2012.

ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УЧЕТА И АНАЛИЗА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ (НА ПРИМЕРЕ ФАРМКОМПАНИИ)

А.М. Байдильдина, Г.Е.Жунисова, Ж.К.Купенова
Казахский Национальный Университет имени аль-Фараби

*Анализ – это исходный пункт разработки стратегии.
Кениши Омэ*

Стратегический анализ хозяйственной деятельности организаций в рыночных условиях является стержневым элементом стратегического менеджмента, базисом выбора и реализации стратегических управленческих решений, адекватных условиям и требованиям окружающей бизнес-среды. Ему принадлежит важнейшая роль в своевременной диагностике тенденций, разработке антикризисных мероприятий, предупреждении несостоятельности, и таким образом – в обеспечении стратегической устойчивости бизнеса.

По мнению Р.Гранта, Дж.Тиса, Р.Санчеса, Дж.Барни, Г.Хэмела, К.К.Прахалада и других исследователей в области стратегического управления, когда внешняя среда постоянно изменяется (а высокий динамизм внешней среды, обусловленный в том числе развитием новой экономики и глобализацией, наблюдается в последние годы почти на всех рынках), специфические активы и компетенции компании могут являться куда более стабильной основой для ее самоидентификации. Таким образом, определение бизнеса в терминах того, что организация в состоянии делать, может дать более прочную базу для ее стратегии, чем основанное на потребностях, которые бизнес стремится удовлетворить [1].

Методология и методы анализа стратегического положения компании, в результате относительного единства состояния внутренних и внешних ресурсов, должны быть разработаны на основе экономических и финансовых показателей, чтобы позволить качественно равномерную активизацию работы по анализу:

а)внутренняя среда: анализ сильных и слабых сторон каждого отдельного экономического бизнес-процесса компании, как на этапе установления стратегии (анализ стратегических позиций), а также в рабочей фазе операции (должной осмотрительности);

б)внешняя среда: анализ возможностей и угроз для каждого отдельного процесса, бизнеса компании в регионе, как на стадии установления стратегии (анализ стратегических позиций), так и на этапе реализации стратегии.

Для того чтобы более актуально и достоверно получить данные о финансовых показателях и конкурентоспособности предприятия необходимо провести сравнительный анализ взаимосвязи между компаниями и их окружающей средой. Эффективных методов, используемых для внешнего сравнительного анализа между компанией и средой, упоминается в экономической литературе около 100 (сравнительный анализ, SWOT-анализ, анализ пространственной матрицы, модель Портера и т.д.), некоторые из которых были разработаны на практике и объяснены в теории, а некоторые из них получили хорошую аналитическую практику. [2]

Фармацевтическая индустрия, которая является предметом исследования данной работы, представляет собой сегодня все еще одну из самых изобретательных, инновационных и прибыльных, так называемых «высокотехнологичных» отраслей промышленности; однако, мы можем сказать, что фармацевтическая промышленность приспособлялась все больше к стратегическим тенденциям рынка и рыночному спросу. На сегодняшний день, фармацевтическая промышленность, без сомнения, объединяет один из самых больших потенциалов всего человечества.

При анализе конкурентной позиции предприятия можно использовать модель «пяти сил Портера» (англ. Porter five forces analysis), которая является одним из самых ценных вкладов в теорию конкуренции и конкурентных преимуществ. После определения каждой из пяти сил, действующих на любую компанию положительно или отрицательно, можно определить положение

компании с учетом положительного или отрицательного влияния этих сил. Модель анализа можно представить следующим образом (Рис.1).

Таким образом, получили следующие данные:

1) **Угроза вторжения новых участников.** Зависит от высоты входных барьеров в отрасль. Входными барьерами для фармацевтической отрасли в РК являются:

а) государственное регулирование (Ограничивают возможность вхождения на рынок с помощью необходимой агрессивной рекламной кампанией для новых участников и законы "О рекламе", "О лекарственных средствах");

б) доступ к каналам распределения (с вступлением в силу новых законов усиливается роль врачей и медицинских консультантов как каналов распределения, которые в силу субъективного мышления привержены определенным поставщикам, и новым участникам рынка придется потратить немалые усилия на презентацию своей продукции);

в) потребности в капитале (дорогостоящий процесс создания новых структур фармацевтического бизнеса может стоить сотни миллионов долларов и может растянуться по времени на несколько лет).

2) **Соперничество в отрасли.** Характеризуя отрасль с помощью кривой жизненного цикла, можно отметить, что отрасль находится на стадии роста. Спрос в отрасли растет, прибыль компаний растет. Прибыль возможна даже для относительно неэффективных фирм.

3) **Рыночная власть покупателей.** В фармацевтической отрасли ни один из источников покупательской - концентрация, хорошая информированность или возможность обратной интеграции - как свидетельствует из анализа отрасли активно никогда не работал. В данной отрасли для многих лекарственных средств, по-прежнему защищенных патентами, полноценных субститутов не существует. Еще один фактор, действующий на потребителя, - "риск неудачи", связанный с конкретным продуктом. У пациентов не хватает информации оценить соперничающие лекарственные средства. Соответственно они не могут определить затраты, возникающие у них в результате неудачного использования лекарства-субститута. Также исторически сложилось, что у многих врачей и пациентов нет стимулов требовать более дешевых аналогов, полагая, что здоровье дороже.



Рисунок 1 – Модель пяти сил Портера, влияющих на предприятие
Составлено автором

4) **Рыночная власть поставщиков.** Рыночная власть поставщиков на фармацевтическом рынке достаточно велика. Это объясняется следующим. Доля иностранных производителей в их общем объеме очень большая. Заменителей у многих импортируемых патентованных ЛС нет. Продукция, поставляемая поставщиками, очень дифференцирована. Большое число иностранных производителей начали активно осваивать производственный потенциал Казахстана, открывая или арендуя

производственные площади. Практически все лидеры рынка подписывают договоры с отечественными производствами или сами строят производственные мощности.

5) **Заменители.** Любой анализ угрозы заменителей должен учитывать все продукты, выполняющие аналогичные функции для потребителей, а не ограничиваться сравнением между собой лишь физически однородных продуктов. В связи с этим субститутами для фармацевтической продукции, если их рассматривать широко, могут стать средства оздоровления превентивного характера, госпитализация людей, БАД и народные средства. Однако, фармацевтическая отрасль исходит из предпосылки, что одна из основных причин, объясняющих ее рентабельность и рост, - то, что в большинстве случаев фармацевтика представляет более эффективную с точки зрения затрат форму сохранения здоровья, чем госпитализация и народные методы. Что касается БАД, то за 10 лет их присутствия на казахстанском рынке они все чаще применяются вместе с лекарственными препаратами для лечения и профилактики различных заболеваний. [3]

Казахстанская фармацевтическая промышленность представлена более чем 80 фирмами. Однако в первой десятке поставщиков на рынке РК только одно локальное предприятие – «Химфарм». На долю пяти наиболее крупных компаний приходится более 88% всех выпускаемых в Казахстане лекарств в денежном выражении. «Химфарм», «Нобел», «Глобал Фарм», ФК «Ромат» и «Досфарм» представляют собой предприятия полного цикла, включая разработку и внедрение технологических процессов, производство готовых лекарственных форм, реализацию лечебным учреждениям и потребителям через дистрибьюторскую и аптечную сети. [4]

В настоящее время SWOT – анализ достаточно широко применяется в ряде различных областей. Любой вид бизнеса может использовать его, так что для большинства руководителей SWOT - анализ является необходимым инструментом стратегического планирования и управления.

SWOT - анализ позволяет создавать план действий, необходимых для использования сильных сторон компании и для минимизации влияния его слабостей в целях расширения возможностей компании и снижения риска угроз. Анализ фармацевтической индустрии в РК представлена в таблице 1.

Таблица 1 – SWOT – анализ фармацевтической индустрии

Слабые стороны:	Сильные стороны:
Зависимость от поставщиков; Быстрый износ оборудования; Уменьшенная доходность из-за быстрого роста затрат; Неэффективное использование ресурсов; Доминирующее положение фармацевтических компаний из третьих на рынке РК; Дефицит квалифицированных кадров; Длительная процедура регистрации более 8 мес.	Широкий ассортимент продуктов; Развитие новых технологий, которые допускают более высокие качественные продукты и более эффективное производство; Интегрированная доставка продуктов; Потенциал экспорта на рынки стран СНГ, а также Монголии; Политическая стабильность РК и выгодное географическое расположение; Сертификация GMP, ISO на новых производствах.
Возможности:	Угрозы:
Производство новых дженериковых препаратов по истечению сроков патентов на оригинальные лекарственные средства; Гарантия сбыта до 7 лет путём заключения долгосрочных договоров; Покупка (трансферт) технологий позволит наладить производство современных препаратов; Организация контрактного производства с зарубежными компаниями; Переход к рациональному лекарственному обеспечению, т. е. увеличение потребления отечественных дженериков.	Зависимость от импорта фармацевтической и медицинской продукции; Зависимость от импорта сырья и упаковочных материалов; Быстрое развитие фармацевтической промышленности в Индии и Китае; Снижение экспорта страны Средней Азии с введением новых производственных мощностей фармацевтической отрасли; Увеличение импорта фармацевтической продукции с Россией, Беларусью и Украиной.
<i>Составлено на основе источника [4].</i>	

Таким образом, на основе полученной информации компаниям необходимо использовать свои силы для увеличения потенциальных возможностей. Так, например, можно использовать политическую стабильность страны и выгодное географическое положение для совместного осуществления производства с зарубежными компаниями; развитие собственных новых технологий позволит наладку и увеличение производства современных препаратов.

В дополнение к общему анализу межфирменной конкурентной борьбы обычно проводится анализ стратегических групп конкурентов.

Стратегическая группа конкурентов — это множество соперничающих организаций в определенной отрасли, имеющих общие черты (аналогичные стратегии конкуренции, одинаковые позиции на рынке) и признаки. К этим признакам можно отнести используемые технологии, цены или качество товаров и услуг, каналы сбыта, целевую аудиторию, сервис и другие элементы маркетинга. Наглядной формой представления об отрасли в целом и об отдельных стратегических группах конкурентов являются позиционные карты.

Таблица 2 – Исходные данные для построения позиционной карты

Компания	Объем розничных продаж	Каналы сбыта	Количество препаратов
АбдиИбрахим ГлобалФарм	12 млн. долл.	Дистрибьюторские сети 45% Гос. Программы – 55%	около 131
Химфарм	29,3 млн. долл.	Дистрибьюторские сети 85% Мелкооптовые – 10% Собственная сеть – 5%	более 200
Нобел	24,3 млн. долл.	Дистрибьюторские сети 85% Мелкооптовые – 10%	около 60
Bayer Pharma	18200 млн. долл.	Дистрибьюторские сети 80% Мелкооптовые – 10% Собственная сеть – 10%	более 160

Источник: официальные сайты компаний[5].

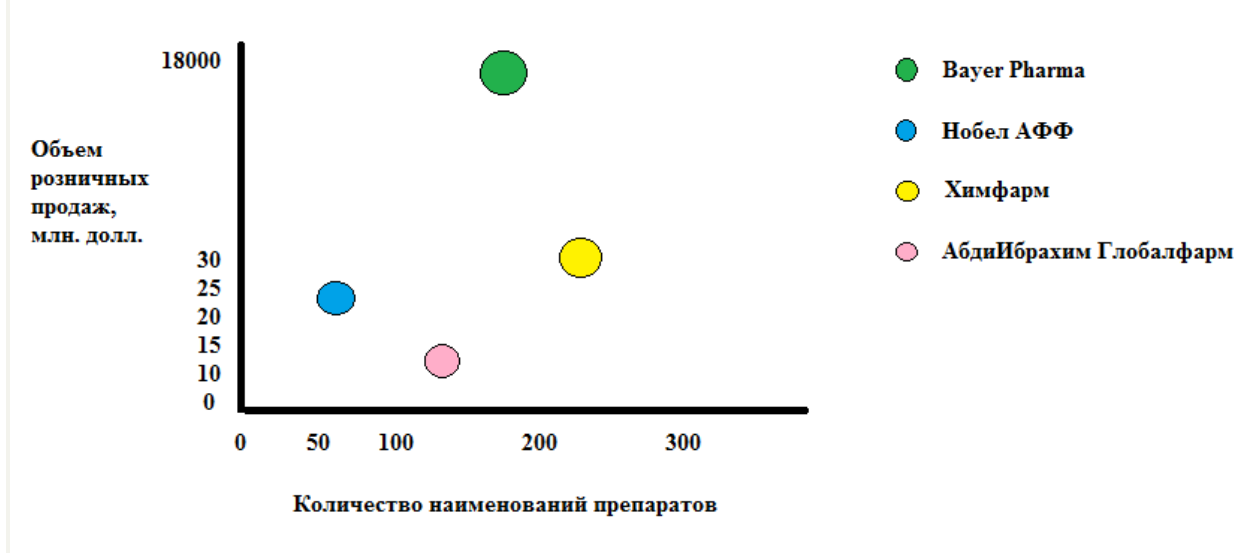


Рис. 1 Стратегическая карта конкурентов
Составлено автором

Анализ, проведенный в данной работе, показал, что всеобъемлющий комплексный анализ может успешно контролировать достижение стратегического положения компании, анализа ряда измеримых и не измеримых факторов. Как таковая, она может представлять важный аналитический инструмент, в частности для управления компанией. Компания может быть затронута в наибольшей степени факторами внутренней среды организации, поскольку некоторые элементы окружающей среды, как правило, не могут существенно повлиять на нее, независимо от силы компании. Это, прежде всего, так называемые институциональные факторы, среди которых наиболее важными являются: политические, экономические, социальные, технологические, правовые и экологические факторы. Одними из мер, которые следует принимать фармацевтическим компаниям являются:

- увеличение инвестиций в технологическую инфраструктуру и компьютеризацию бизнеса,
- увеличение инвестиций в образование сотрудников,
- создание условий для ведения бизнеса в за рубежом,
- создавать партнерства, субподрядные отношения с поставщиками,
- стараться специализироваться в нескольких сегментах рынка для применения эффекта масштаба.

Управление предприятием или управление компаниями только в исключительных случаях могут быть основаны на интуиции. Управление должно быть выполнено обоснованно, на основе

соответствующей информации и аналитической подготовки и поддержки, для того, чтобы своевременно регулировать ситуацию на рынке, которая постоянно и быстро меняется, или добиться успеха, чтобы оставаться конкурентоспособным в условиях кризиса. В этом смысле, важно подчеркнуть значимость бизнес - анализа (оперативного и стратегического), который предоставляет финансовые и нефинансовые данные, обеспечивает уникальной информацией и объективной основой для соответствующих решений.

САЛЫҚТЫҚ АУДИТІ: МАҒЫНАСЫ МЕН МАҚСАТЫ

Байдәулетов М.Б.- э.ғ.к., доцент

Ақылбаева Г.Қ. – магистрант

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Түйін сөздер: қаржы және салық есептілігі, салық есебі, аудит, салық аудиті.

Салық заңының орындалуының толық және жан-жақты бақылауы салықтық тексерістерді жүргізген кезде жүзеге асады, бұл тексеріс салық төлеушінің алғашқы және басқа да құжаттарының, бухгалтерлік есебінің регістрінің, бухгалтерлік есептілік пен салықтық декларияларын, шаруашылық және басқа да келісім шарттардың, келісім шарттар міндеттерінің орындалуы туралы акт, ішкі құжаттар және басқа да салықтық міндеттердің орындалуы туралы сұрақтарға қатысы бар құжаттардың кешенді тексерісі болып табылады.

Сондықтан, салық аудиті жеке және заңды тұлғалардың салықтық міндеттерінің орындалмағандылығы немесе толық орындалмағандығы туралы дәлелдерді анықтайтын үдерісті әдістердің кешенді жиынтығы болып табылады.

Аудит экономикалық ғылымдарының қалыптасу мақсатты талаптарын және ғылыми білімнің кез келген жаңа саласының пайда болуын шешетін, экономика ғылымдарының арнайы саласы болып табылады. Аудит кәсіпкерлік қызмет және нарықтық қарым-қатынастардың элементі болып табылады.

Нарықтық экономика қозғалысымен тұспа-тұс келген жеткілікті ұзақ мерзім аралығында болған аудиттің дамуы, аудит мәселелеріне жүйелі түрде шешім қажеттілігін туғызады. [1].

Осылайша, Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың «Қазақстан - 2050» стратегиясында «үздік халықаралық тәжірибе негізінде мемлекеттік аудит» елдің ішінде тұжырымдамасын іске асыруын атап көрсетеді [2].

Қазіргі уақытта салықтық көрсеткіштермен және қаржылық есеп пен бухгалтерлік есеп деректерімен байланысты өткір проблема бар. Сонымен қатар компаниялардың салық есебін және салықтық есептің дұрыстығын тексеру бойынша кеңеске қажеттілігі туындап тұр.

Аудит есептіліктің дұрыстығы туралы пікірін білдіру мақсатында аудиттелетін ұйымның бухгалтерлік есептілігін тәуелсіз тексеру болып табылады. Бірақ мұндай есептіліктерде бухгалтерлік есебінен бөлек құрылатын салық көрсеткіштері бар және аудиторлық тексеру кезінде олардың дұрыстығын растау үшін аудиторларға жаңа білім мен тәжірибе қажет. [3]

Осылайша, жаңа аудиторларлық білім мен тәжірибенің қажеттілігін туғызатын қаржы есептілігінде салық көрсеткіштерін жүргізу және салық ставкаларын дұрыс растау қажеттілігі анықталды.

Салық ставкаларын тексерудің дұрыстығын тексеру аудиттің жаңа типті пайда болуына ықпал етті, ол салықтық аудит.

Салық аудиті аудит жүйесінде жеке желісі болып табылады. «Салық аудиті» термині салыстырмалы түрде жақында пайда болды, әлі күнге дейін оның мазмұны мен терминнің оң болуы жайлы дау бар.

Салық аудитінің құқықтық базасын зерделеу үшін экономикалық сипатын және аудиторлық қызметтегі өз орнын түсіну қажет. Қазіргі таңда «салықтық аудитті» анықтау, түсіндіру үшін ешқандай бірыңғай тәсіл жоқ.[4]

Жалпы салық аудитін аудиторлық фирмалар мен салық міндеттемелері, салық, салық есептілігін, салық бойынша кеңес беру, өндіру, қалпына келтіру және салық есебін есептеу және есептеу сомасын тексерумен қоса жеке аудиторлар көрсететін қызметтердің жиынтығы деп айтуға болады.

Осылайша, салықтық тексеру - тікелей немесе жанама түрде қалыптасқан ұйымның негізгі және басқа да есепке алу құжаттарына, және салық міндеттемесін төлеу сәттеріне байланысты барлық қолданыстағы келісімдер, шарттар, куәліктер, келісімшарттар, тиісті тіркеулер, кешенді кең тәуелсіз зерттеу болып табылады.

Салық аудитінің мақсаты салық төлеушінің Қазақстан Республикасының заңдылығын, сонымен қатар салық салу, зейнеткерлік қамтамасыз ету және әлеуметтік сақтандыру аумағында заңдардың орындалуының бақылауын жүзеге асыру.

Салықтық аудиттің мақсаты - салық заңнамасына компаниялардың іс-әрекеттеріне сәйкессіздігі, айыппұлдардың алдын алу және тоқтату.

Салық аудиті үш негізгі мақсаттары:

- Төлеу қажет салық сомасы дұрыс есептеу.

- Салықтар мен баждар туралы заңнамасын бұзуына байланысты ықтимал талаптары мен айыппұлдар жайлы ескерту.

- Салықты оңтайландыру компания үшін қажетті ақпараттарды жинау.

Салықтық аудит міндеттері:

- Есептеу және салықтар мен алымдарды төлеу.

- Салық жеңілдіктерін дұрыс қолдану.

- Салық декларацияларын толтыру дұрыстығы.

- Салық тәуекелдер.

- Қосылған құн салығынан несиеге жіктеудің дұрыс атрибуциясы.

Салықтық аудит объектісі, шаруашылық субъектінің қаржылық және салықтық есептілік және оның бастапқы құжаттары мен салық тіркелімдері болып табылады.

Жауапты талап ететін келесі сұрақ «Қандай компанияларға салықтық аудит жүзеге асырылуы тиіс?»

Бұл компаниялар үш санатқа бөлген дұрыс: ірі компаниялар, бірнеше қызметті жүзеге асыратын орта компаниялар, сондай-ақ бас бухгалтер өзгеретін компаниялар.

Салық аудиті компаниялар үшін міндетті болып табылады, себебі айналымдары кең. Айыппұлдар мен өсімпұлдарды айтарлықтай сомалар болуы мүмкін егер үлкен салық міндеттемелері болса.

Осылайша, салық төлемдерін азайту үшін және жаза болдырмау мақсатында, ірі компаниялар үшін салық есебін және салық есептілігін жүргізу қателерді анықтау және бейтараптандыру салық аудиттерін жүргізу үшін тиісті және тиімді болып табылады.

Келесі санаты - экспорттық-импорттық операциялары бар бірнеше қызметті жүзеге асыратын орта компаниялар.

Салықтық аудитпен бірге «кешенді салықтық аудит» анықтамасы бар. Кешенді салықтық аудит астарында:

- Салықтық кеңес беру;

- қаржы-шаруашылық қызметінің түрінде ұсынылған анализ.

- басқарушы консалтинг, қайта құрылымдаумен байланысты ұйымдарды қоса алғанда

- салық органдарында -заңды түрде кеңес беру және ұсыну;

- мүліктік кешендер, сондай-ақ бизнес-тәуекелдерді, кәсіпорындардың сүліктік кешен ретінде сипат мәнін бағалау.

Аудит әдісі - әдістердің байланыстылығы, объектілердің жағдайын бағалау барысында қолданылады.

Салықтық аудиттің жұмысы жалпы аудитпен салыстырғанда жұмыс көлемі бойынша кем, өйткені үздіксіз әдіспен жүзеге асырылуы тиіс. Салықтық аудит бойынша ақпарат көлемі қаржылық ақпараттан кем және осы арқылы салықтар тексеру үздіксіз әдісін пайдалану мүмкіндігін көрсететін туралы ақпаратты сомасы.

Салық аудиттің алдын ала кезеңінде келесідей анықталады:

- Негізгі принциптері, кезеңдері және салықтық аудит тәсілдері;

- Салықтық аудит барысында салық органдары мен аудиторлық ұйымның қарым-қатынасы.

- Салықтық аудит барысында тараптардың жауапкершілігі

- Салық мәселелері бойынша арнайы аудиторлық тапсырманың орындалу тәртібі мен нәтижелерін тіркеу.

Салық аудитін жүргізген кезде аудитор салық аудитін жоспарлау қағидаларын сақтау қажет (Сурет 1).



Сурет 1. Салық аудитін жоспарлау қағидалары

Кешенділік қағидасы жоспарлаудың барлық кезеңдерінің келісімділігін болжайды –салық төлеуші туралы ақпаратты жинап, өңдеуден бастап, тексеріске жататын сұрақтар тізімі мен жоспарды құруға дейін.

Үздіксіздік қағидасы жоспарлаудың барлық кезеңдерінің уақытысында орындалуын сипаттайды.

Оңтайландыру қағидасы салық заңының бұзылғандығын анықтауға көбірек мүмкіндік беретін объектілерді іріктеп алуды сипаттайды.

Топ құра бастағандағы үздіксіз тексеру, қатты білікті мамандар мен айтарлықтай уақыт тұрады. Салық тексеру барысында ұйым іс жүзінде оның қызметімен байланысты барлық құжаттарды ұсынуға тиіс. Тұтынушыға тексеруші тұлғаның сұрақтары пайда болуы мүмкін. Осылайша, тексерілетін ұйымның қызметі сөзсіз қолайсыз экономикалық зардаптарға әкеп соғатын, құлыптаулы немесе тоқтата тұруға болатын қызмет. Алайда, аудитор, тексеру нәтижелері үшін толық жауапкершілік ала алмайды. Ірі ұйым айналымы аудиторлық фирмалар ондаған құнын асып түсуі мүмкін, олай болса жұмыс өте уақытты жұмсалуды талап ететін болады.

Осылайша, бұл мақалада салықтық аудитке анықтама берілді, салық тексеру барысында қолданатын салықтық аудиттің мақсаты, әдісі, тапсырмалары берілді. Сонымен бірге салықтық аудиттің аудит саласындағы болып, алға жылжуы мүмкін.

Әдебиеттер тізімі:

1. А.М. Ержанова. Салық аудиті. (Теориясы мен әдістемесі) Монография 201 В 216с.
2. 14.12.2012 г Қазақстан Республикасы Президентінің Жолдауы 2..; Хабардың атаулары
3. Ақылбаева Г.Қ., Байдаулетов М.Б., Сұлтанова Б.Б. Салық аудиті - аудит қызметінің дербес бағыты ретінде. «Еуразиялық экономикалық интеграция болашағы Қазақстан тұрақты дамуының факторы ретінде» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары». Алматы: Қазақ университеті, 25-26 қараша 2015ж. - 252 б.(229-232 бб)
4. Сұлтанова Б.Б. «Салық аудиті: объект, мақсаттары мен міндеттері», «экономикалық даму жаңа парадигмасы: интеграция, индустрияландыру, инновациялық: 20 арналған халықаралық конференцияның материалдары - Қазақстан Республикасының» Тәуелсіздік, Қазақ университеті, 2011 жылдың - Т. 1. - Стр.228 - 232;
5. Крячко М.С.: Студенттік ғылыми форум «Салық аудиті», IV Халықаралық студенттік электрондық ғылыми конференция өткізу үшін анықтау мен әдістемесі».

БАНК ЖҮЙЕСІНІҢ АУДИТІ МЕН САҚТАНДЫРУ КОМПАНИЯЛАРЫ ЕСЕБІНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Зайнуллина И.С., Төлегенова Н.С. – магистранттар

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті

Банк жүйесіндегі ішкі аудиттің рөлі қазіргі дамыған экономикада оның қызмет ету аясының ұлғаюымен артып отыр. Ішкі аудиттің рөлі біздің еліміздің жүйесінде банктің жылдық бухгалтерлік есебінің , шаруашылық есебінің дұрыс жүргізілуі туралы аудитордың тексеру нәтижесіндегі шығарылған қортындысымен өлшенеді. Қазіргі таңда банктің ішкі аудитінің негізгі нысаны оның қызмет аясының барлық бағыттары мен банктің негізгі атқаратын қызметтері болып отыр. Себебі несиелік ұйымдардың қаржылық тұрақтылығы, қызмет ету жүйесінің тиімділігі жоғарыда аталған көрсеткіштерден тәуелді. Ең алдымен ол банктің табыс көзінің негізгі көзі болып табылатын несиелік операцияларға қатысты болса, екіншіден банктің қаржылық жағдайының негізгі факторы болып саналатын несиелік тәуекелділікке байланысты. Осы бағытта екінші деңгейлі банктердің несиелік операциялары банктің аудитінің күрделі де жауапты бөлігі болып отыр.

Басты назарды несиелік операциялардың ұйымдастыру-әдістемелік аспектілеріне аудит өткізуге аудару қажет. Бұл біріншіден аудиттің негізгі бағытын таңдауға, ұйымның ішкі тексерістерін саралауға, аудиторлық дәлелдемелерді алу үшін қолданылатын аудиторлық әдістерді анықтауға, аудитордың жұмыс құжаттарын жүргізуге әсер етеді. Несиелік тәуекелділікті ұйымның қаржылық жағдайына әсер етуші басты факторы ретінде түсіне отырып аудиторға кәсіби деңгейдегі пікір білдіруі үшін қаржылық есептіліктің дұрыстығын тексеріп, несиелік портфельді саралап, несиелік тәуекелділікті басқару тиімділігі мен ұйымның несиелік үрдісіне баға беруі шарт. Осыған байланысты екінші деңгейлі банктің несиелік операцияларын аудиторлық тексерудің негізі мақсаттары төмендегідей:

- Несиелік операциялардың жүргізілу тәртібінің қолданыстағы заңға сәйкестігі;
- Несиелік тәуекелділікті басқару сапасын бағалау;
- Ұлттық банктің талаптарына сәйкес кәсіби деңгейде пікір білдіру.

Аудиторлық дәлелдемелерді алудың негізгі әдісі болып арифметикалық есеп, инвентаризация, құжаттарды тексеру, қдағалау, бақылау, бухгалтерлік есептің талапқа сай жүргізілуін , ауызша тексеру, сарапталма жүргізу болып табылады.

Аудиторлық тексерістің сатылары төмендегідей көрініс табуы қажет:

- Алдын ала жоспарлау;
- Аудит бағдарламасы мен жалпы жоспарды құру мен дайындау яғни банктің бухгалтерлік есеп жүйесін қарау, аудиторлық тәуекелділік деңгейін анықтау, аудиторлық тыңдау құралдарын құрастыру.

- Аудит бағдарламасы мен жалпы жоспардың орындалуы;
- Аудиторлық қортынды мен аудитордың есебін көрсету.

Алдын ала жоспарлау сатысы банктің басшысымен, несиелік комитеттің төрағасымен, бас бухгалтермен, ішкі бақылау қызметінің басшысымен әңгімелесуден басталады. Ақпарт көзі ретінде банктің жарғысы, тіркеу құжаттары, директорлар кеңесінің отырысының шешімі, бухгалтерлік есептілік, несие саясаты және басқа да ішкі банктік құжаттар алынады.

Алдын ала жоспарлау сатысында аудитор банктің негізгі қызмет бағытымен, экономикалық қызметі мен шарттары және тұтынушылардың базасымен, қызмет ету аясымен, банктің ақпарттық ағындағы жалпы деңгейімен танысуы керек , сонымен қатар банк қызметінің үзіліссіз қызмет ету деңгейін қарастыруы қажет.

Келесі сатыда банктің ішкі бақылау қызметіне баға беріп оның сенімділігін тексеруі қажет. Алынған ақпарттарға сүйене отырып аудитор ішкі бақылау қызметін жалғастыру туралы шешім қабылдауы керек.

Аудитор банктің бухгалтерлік есебімен танысуы кезінде несиелік операциялардың бухгалтерлік есебінің жүргізілу тәртібін саралап , есеп саясатына назар аударып, бөлімшелерді ұйымдастыру құрылымын, бухгалтерлік есептің жүргізілуіне жауапты тұлғаларды, бухгалтерлік қызметкерлер арасындағы құқықты, құжат айналымының ұйымдастырылуын, есеп жүргізілу техникасын қарастырады. Сонымен қатар, несиелік операциялардың бухгалтерлік проводкаларын тексеріп, алғашқы құжаттардың дұрыс жүргізілуін, қолда барын , бухгалтерлік есепті жүргізуге негіз болған құжаттардың дұрыс толтырылуын қадағалайды.

Несиелік операцияларға аудит жүргізуді жоспарлағанда ішкі аудит жүйесін бағалау келесідей екі сатыдан тұрады:

- 1). Ұйымның жалпы ішкі жағдайымен танысу.
- 2). Ішкі бақылау жүйесінің сенімділігін алғашқы бағалау.

Алғашқы сатыда аудитор несиелік операциялар туралы , ұйымның басшысының қабылдаған шешімдері мен орындаушылар арасындағы байланыс пен орындалу механизмі ұйым қызметкерлері арасында жауапкершілік пен қызметтердің бөлінуі жайлы ақпараттарды талдайды. Ішкі бақылау жүйесінің сенімділігін бағалауда тестке негізделген әдіс бойынша жүргізіледі. Сенімділікті бағалауды ұсынылған параметрлер бойынша төмен, орташа немесе жоғары деп бағалау енгізілген. Несиелік операцияларды аудиттеуде аудиторлық таңдаудың құрылымы құрастырылған болатын. Жиынтығы ретінде есепті жылдың барлық несиелік операциялар көлемін жан жақты тексеру қажеттігі туындайды. Осы жиынтықтың элементі ретінде тек несиені де алып қарастыруға болады. Жиынтық элементтері өте аз болған жағдайда аудитор статистикалық әдістерді қолдана алмайды. Сондықтан ол жалпы тексеріс жүргізуге мәжбүр болады. Үлкен несиелік тәуекелділікпен байланысты қарыздарды жете зерттеу қажеттілігі туындайды. Мерзімінде жабылмаған, қамтамасыз етілмеген немесе банк қызметкерлеріне, акционерлерге берілген несиелер мұқият талқылануы тиіс. Қалған қарызға алушыларды тексеру кездейсоқ болмаса жүйелі іріктеу арқылы жасалады. Болмашы көлемде көп мөлшерде қарыз берген банктер үшін талдауға таңдап алу келесідей жағдайларда төмендетілуі мүмкін: егер аудитор несие беруші ішкі бақылау жүйесінің қызметін шынайы деп таныған жағдайда. Басқа жағдайларда мұқият талдауды талап ететін несиелерді субъективті талдау қолданылады. Оларға ішкі бақылау жүйесінің есебі бойынша негізгі қарызды жабу графигі өзгертілген немесе үлестік пайызы қысқартылған банк проблемаалық деп таныған несиелер жатады. Аудиттің жалпы жоспарында аудитті өткізу тәсілі , тексерісті өткізудің негізгі мақсаты мен бағыты , аудиттің тәуекелділік параметрі, аудиторлық топтың саны мен олардың біліктілік санаты, міндеттері, жауапкершіліктері, аудитті жүргізу уақыты мен талданған есеп қортындысы және аудиторлық қортынды туралы есепті өткізу көрсетілуге міндетті. Коммерциялық банктердің несиелік операцияларының аудитінің бағдарламасы аудиторлық дәлелдемелерді алу үшін аудиторлық процедураларды жүргізудің егжей тегжейлі толыққанды тізімін көрсетеді. Бағдарлама екі бөлімнен тұруы қажет. Бағдарламаның бірінші бөлімінің мақсаты – несиелік тәуекелділікті басқару жүйесін бағалауды реттеу. Ал бағдарламаның екінші бөлімінің мақсаты – кәсіби тұрғыда пікір білдіру үшін несиелік операцияның бухгалтерлік есебін жүргізуінің қолданыстағы заңға сәйкестігін,

бухгалтерлік есептіліктің дұрыстығын, несиелердің берілу тәртібін, олардың қамтамасыз етілуі мен пайыздардың алынуы, банк қарыздарын жоғалту мүмкіндігінің резервтері туралы жеткілікті деңгейде ақпарат алу болып табылады. Несиелік аудит бағдарламасының алғашқы бөлігін орындау кезінде аудитор ұйымның несиелік үрдісінің тиімділігі негізінде банктің несиелік тәуекелділікті бақылау деңгейін бағалап, қарызға алушылардың қызметтерін талдап, олардың қаржылық жағдайы мен қарызды жабу көздерін саралау міндетті болып саналады. Ұйымның несиелік саясатын өз тәжірибесінде банктің басшылығы мен орындаушылардың тарапынан қолданылуына аса назар аударылуы қажет. Аудиторлық тексеріс үрдісінде несиелік өтінішті және берілген несиелерді бақылау басты назарда болады. Сонымен қатар, несие беруде негізгі саты ретінде несиелік құжаттарды тексеру негізінде жүргізіледі. Басты нысан ретінде несиелік келісім шарт пен несиені беруді қамтамасыз етудегі құжаттар алынады. Несиелік тәуекелділікті басқару жүйесін зерттеу шеңберінде үмітсіз несиелерді қайтару саласындағы заңи қызметтерді талдау аудитор жұмысының тиімділігін арттырады. Ұйымның несиелік қызметіне бақылау жүргізу кезінде жан жақты жүйеде талданған несиелік тәуекелділікке байланысты тесстерді қолдану ұсынылады. Келесідей негізгі сатылардың тұратын аудиторлық тексеріс шеңберінде несиелік портфельдің сапалылығын талдау сызбасы төмендегідей:

- 1) несиелеу жүйесі негізінде оның өлшемін талдау;
- 2) белгіленген өлшемдер негізінде несиенің жеке жағдайларын сараптау;
- 3) әрбір топ үшін белгіленген өлшемге сәйкес пайыз мөлшерін анықтау;
- 4) несиелік портфельдің құрылымы мен оны бағалау;
- 5) банктің қарыздарының жоғалту мүмкіндігінің резервін қалыптастыру

Аудитор қызметінің негізгі бағыты несиелік портфельді бағалау болып есептеледі.

Аудиторлық үрдіс ұйымның шаруашылық қызметін бухгалтерлік есепте дұрыс көрсетілуін яғни берілген несиелердің, алынған пайыздарың айналым сальдолық ведомосінде сенімді негізде болуын қадағалауы қажет. Аудиторлық үрдісті жүргізу негізінде банк шотында көрсетілген барлық сомалар толық көлемде қарызға алушылардың міндеттемелерін нақты ашып көрсетуі керек. Осылардың бәрін зерттей келе аудитор банк қызметінің ұйымдастырылу және жүргізілу тиімділігіне кәсіби аудиторлық тұрғыдан баға беріп шешім шығарады. Ол алынған қортынды банктің басшылығына тапсырылады және үшінші бір тараптың қатысуынсыз көрсетіледі.

Ал, қазіргі дамыған экономикалық жағдай барысында барлық елдерде дерлік, материалдық немесе мүліктік қызығушылықтарын сақтандырмағандар кемде кем. Сақтандыру компаниялары қызметінің мамандандырылуы, ең алдымен сақтанушының қызығушылығына бағытталған, сақтандырушылардың бухгалтерлік есептілігі классикалық бухгалтерлік есептілікке қарағанда мол айырмашылыққа ие.

Сақтандыру компанияларындағы бухгалтерлік есептілікті ұйымдастыру мен шаруашылық операцияларды орындау кезіндегі заңнамалықтар ережелерін сақтау басқарушыға жүктелген.

Есептік жұмыстың көлеміне сай басқарушы мынадаларды жасай алады:

–бухгалтерлік қызметті, бас бухгалтер басқаратын құрылымдық бөлімше ретінде бекіте алады;

–тізімге бухгалтер қызметін енгізе алады;

–бухгалтерлік есептілікті жүргізу барысында орталықтандырылған бухгалтерия келісімдерін жібере алады және маманданған ұйым немесе бухгалтер-маманы бола алады;

–бухгалтерлік есептілікті жеке жүргізе алады.

Бухгалтерлік қызметке басшылық етуші, бас бухгалтер (қаржылық директор, бухгалтер) ҚР «Бухгалтерлік есеп және Қаржылық есептілік» заңнамасына сай бухгалтерлік есеп пен бухгалтерлік есеп беру қызметін жүзеге асырады. Ол сақтандыру қызметіне сай компания басқарушысына бағынады және есеп саясатын құрастыруға, бухгалтерлік есептілікті уақытылы әрі сенімді жасауға жауапты болады.

Бас бухгалтер шаруашылықта орын алған операцияларды мүлік қозғалысына бақылау, міндеттерді орындауды қадағалау және жұмыс жасап жатқан заңнама талаптарына сай ретте қамтамасыз етуі керек.

Қызметі міндетті аудитке сай келетін ұйымдарда, осы маман орнына сай келетін маманды даярлау кезінде бухгалтердің немесе аудитордың біліктілігін растайтын аттестатты талап ету қажеттілігі туындайды.

Бас бухгалтер ақша және есеп айырысу құжаттарына, қаржылық және несиелік міндеттемелерге қол қояды.. Қаржылық және несиелік міндеттемелерге ұйымның қаржылық салымдарын құрастыратын, қарыз келісімшарттары, несиелік келісімшарттар бойынша құжаттар жатады. Жоғарыда аталып өтілген құжаттар бас бухгалтердің қолынсыз жарамсыз болып саналады.

Бухгалтерияның негізгі міндеті – шаруашылық қызметінің оң нәтижесіне қол жеткізуге жұмыс жасау. Ол үшін мыналарды қамтамасыз ету қажет:

– бухгалтерлік есептіліктің ішкі пайдаланушылары – басқарушылар, күзiреттi тұлғалар, қатысушылар мен мүлiк иеленушiлер, сонымен қатар сыртқы пайдаланушылар – инвесторлар, несие берушiлер мен өзге бухгалтерлік есептiлiк пайдаланушыларына қажеттi, ұйымның мүлiктiк жағдайына сай ұйым қызметi туралы сенiмдi әрi толық ақпаратты құрастыру;

– шаруашылық операциялар мен мақсаттылықты орындау барысында заңнама сақтауды бақылаушы ақпарат қолданушыларын мүлiктер мен мiндеттемелер бар болуы және қозғалысы, бекiтiлген нормалар, нормативтер мен сметаларға сай материалдық, еңбектiк және қаржылық ресурстармен қамтамасыз ету;

– шаруашылық қызметiнiң терiс нәтижелерiн болдырмау және оның қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ететiн iшкi шаруашылық резервтердi анықтау.

Бухгалтерияның орындайтын негiзi қызметтерi:

- материалды-техникалық құндылықтар есебi;
- еңбекақы төлеу бойынша есебi;
- сақтандыру операцияларының есебi (тура сақтандыру және қайта сақтандыру)
- негiзгi қызмет түрiне сай шығындар есебi, өзге табыстар мен шығындар;
- қаржылық нәтижелер есебi;
- ақша операцияларының есебi;
- бухгалтерлік есептiлiктi құру.

Бухгалтерлік есептiлiк жүйесi келесiдей әлемдiк тәжірибе қағидаларына негiзделедi: жаппай құжаттау, түгендеу, шоттр ақпараттарын жалпылау, екi жақты жазу, баланс және есептiлiктi құрастыру.

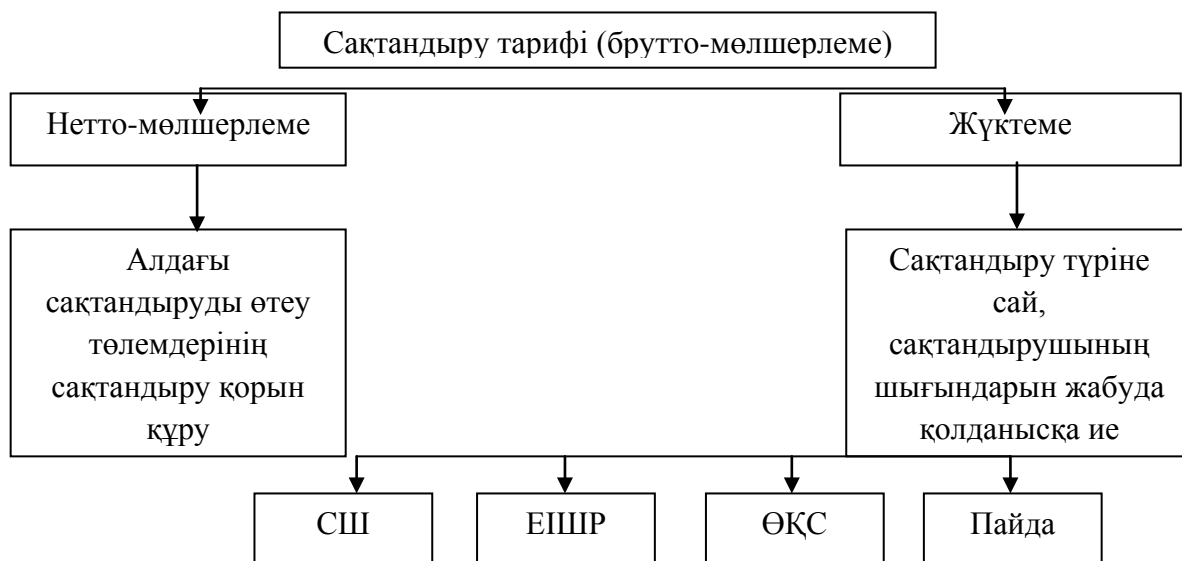
Бухгалтерлік есептiлiктi ұйымдастырушы сақтандыру компаниясы, өз бетiмен мыналарды бекiте алады:

- есеп саясаты;
- бухгалтерлік жұмыстың ұйымдастырушылық үлгiсiн;
- бухгалтерлік есеп түрi мен тәсiлдерi, есептiк ақпаратты қайта жасау технологиясы;
- iшкi (басқару есебi) есеп беру, есептiлiк, бақылау жүйесi.

Сақтандыру жарналары сақтандыру ұйымдарының бiрiншi реттi табысын құрайды және оның әрi қарайғы қаражаттар айналымының және инвестициялық қызметтi қаржыландыру көздерiнiң негiзiн көрсетедi.

Сақтандыру жарнасы сақтандыру қызметiн сату бағасын көрсетедi. Сақтандыру жарналарын есептеудiң негiзi сақтандыру тарифi болып саналады. Осыған орай сақтандыру жарналарының көлемi сақтандыру қорларының көлемiне сай, ал оның құрылымы тарифтiк мөлшерлемеге – осы қорды қолдану бағытына сай болады.

Мысалы, мүлiктiк сақтандырудың тарифтiк мөлшерлемесiнiң құрылымын келесiдей көрiнiсте көрсетуге болады (сурет-1).



Сурет-1. Тариф құрылымына сай сақтандыру жарна қаражаттарының қолданылуы

СШ – сақтандырудың жеке түрлерін қарастыруына сай, сақтандырушының шығындары, сақтандыру келісімшартын жасасқаны үшін сақтандыру агенттері комиссиялық сыйақылар, қатаң есеп беру бланкілерін басып шығару бланкілері (сақтандыру куәліктерінің полистері және т.б.);

ЕШПР – жағымсыз жағдайлардың орын алу қаупіне сай ескертпелі шараларды қаржыландыруға аударымдар (ескертпелі іс-шаралар резерві);

ӨҚС – Өртке қарсы сақтандыру қорына аударымдар (егер сақтандыру өрт жағдайларына сай жүргізілсе).

Осылайша, сақтандырудың жеке түрлеріне сай алып қарастырылған, сақтандыру төлемдері, қатаң түрде тарифтік мөлшерлемелердің құрылымына сай жүргізіледі.

Сақтандыру өтелуін төлеу сақтандырушының шығындарына жатқызылады, ол қаржылық нәтижеге әсер етеді. Төлем жасау кезінде сақтандырушының қаржылық міндеттемелерін сақтанушы алдында орындау, сақтандыру келісіміне сай бекітіледі. Сақтандыру жағдайларының кездейсоқ мінездемесіне сай, жыл сайынғы сақтандыру төлемдерінің көлемі сақтандыру оқиғаларының қиратушылық пен тербеліс жиілігіне сай өзгерістерге ұшырап отырады.

Сақтандыру жарналары мен сақтандыру төлемдерін өтеудегі бухгалтерлік есеп талабы:

– сақтандыру сыйақылары мен сақтандыру төлемдерін өтеу операцияларын уақытылы және дұрыс құжаттау;

– сақтандыру мөлшерлемесіне сәйкес сақтандыру жарналары бойынша қаражатты орналастыруды бақылау және сақтандыру төлемдерін дұрыс өтеуді қадағалау.

Әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстан Республикасының «Аудиторлық қызмет туралы заңы»
2. Электронды сайты: www.statbaza.kz
3. Абленов Д.О. Аудит негіздері
4. Электронды сайты: www.uniface.kz
5. Шеремет А. Д., Суйц В. П. Аудит / учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 1995 г.
6. Электронды сайты: www.adiletzan.kz
7. Қазақстан Республикасының «Сақтандыру қызметі туралы заңы»
8. Страхование и актуарные расчеты В. И. Рябикин, С. Н. Тихомиров, В. Н. Баскаков- 2006

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ И АУДИТА В УПРАВЛЕНИИ ЭКОНОМИКОЙ ГОСУДАРСТВА

Султанова ББ. – к.э.н., доцент

Нусупова Э.Б. – магистрант

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

С переходом экономики Казахстана к рыночной экономике важное место занимает создание эффективной системы государственного финансового контроля и аудита.

В первую очередь, необходимо определить, что представляет собой понятие «Государственный контроль». Одни авторы определяют внутренний финансовый контроль как «независимая от внешнего влияния деятельность хозяйствующего субъекта или органа управления по проверке и оценке своей работы, проводимой им в собственных интересах. Внутренний контроль подчиняется создавшему его руководителю...». Другие же авторы, считают, что понятие «внутренний государственный финансовый контроль» необходимо использовать вместо термина «государственный финансовый контроль», а также произвести замену понятие «внешний государственный финансовый контроль» на «государственный аудит». Однако множество мнений сводятся к тому, что государственный аудит нельзя исключать из государственного финансового контроля, который подразумевает под собой общее направление деятельности государства по контролю над финансами.

Таким образом, государственный финансовый контроль можно классифицировать следующим образом: внутренний государственный финансовый контроль и государственный аудит.

Государственный аудит представляет собой обособленную часть государственного финансового контроля, которая отличается организационно-правовой и функциональной спецификой. Государственный аудит представляет собой систему мероприятий, которые направлены на осуществление внешнего и независимого публичного аудита за деятельностью органов публичной власти по управлению и использованию материальных и финансовых ресурсов. Принципы и методы контрольной деятельности при государственном аудите схожи с принципами государственного финансового контроля.

Основной задачей государственного финансового контроля является выявление соответствия фактического расходования средств объемам и целям, которые предусмотрены в бюджете. В свою очередь, в рамках государственного аудита данная задача сохраняется, но у органов государственного аудита появляется новая задача, которая связана с анализом эффективности и результативности использования бюджетных средств и всей государственной собственности.

Необходимо отметить, что государственный аудит и государственный контроль обязаны тесно взаимодействовать между собой, так как это позволяет более эффективно использовать имеющиеся ресурсы, при этом не направлять средства на дублирование функций друг друга.

Государственный аудит и внутренний государственный финансовый контроль имеют существенные различия в объектах, субъектах и результатах деятельности.

Органами, осуществляющими внутренний государственный финансовый контроль, являются органы исполнительной власти, которые наделены соответствующими контрольными полномочиями. К ним можно отнести как органы исполнительной власти, на которые возложены контрольные полномочия в дополнение к иным функциям, так и специализированные органы, наделённые исключительными контрольными полномочиями.

Субъекты государственного аудита, которые наделены необходимыми и соответствующими полномочиями, - это государственные органы, которые осуществляют государственный аудит органов исполнительной власти, но при этом не входят в систему исполнительной власти. Такие органы, в основе своей, создаются законодательными (представительными) органами и являются альтернативными источниками информации о деятельности исполнительной власти, прежде всего, для самих органов, но также и всего населения.

Объектами контроля со стороны органов внутреннего государственного финансового контроля подлежат государственные финансы и имущество, их учёт, использование и обращение. При этом, необходимо отметить, что объект контроля у большинства органов ограничен определённой сферой государственных финансов.

У государственного аудита объект контроля шире, так как объект внутреннего государственного финансового контроля входит в состав объекта государственного аудита. Объект государственного аудита носит не ведомственный, а общегосударственный характер. Он включает в себя контроль над всеми решениями, приводящими к определённым финансовым операциям. Таким образом, объектом государственного аудита можно назвать, как и финансовые средства и имущество государства, так и их учёт и обращение. К полномочиям данных органов можно также отнести экспертизу финансовых и иных результатов, достигнутых в ходе исполнения бюджета, экспертизу проектов нормативных правовых актов, а также, что более важно, оценку направлений развития всей страны в целом, как ее отдельных регионов, так и некоторых отраслей экономики.

Государственный финансовый контроль имеет глубокие исторические корни во всем мире. Каждое государство в мире использует рычаги управления, т.е. целенаправленное воздействие на рыночные отношения, необходимые для поддержания социальной стабильности.

Необходимость построения системы государственного аудита в Казахстане признана на самом высоком уровне. В утвержденной КОНЦЕПЦИИ внедрения государственного аудита в Республике Казахстан Указом Президента Республики Казахстан от 03.09.2013 № 634 отмечается, что в настоящее время в контрольной деятельности государства отсутствуют целостность и системность, в результате отдельные элементы экономической системы проверяются неоднократно, другие же остаются вне контроля. В частности, в недостаточной степени контролируются большинство государственных финансовых институтов, а именно: акционерных обществ и крупных компаний.

«Функции и полномочия государственных органов, осуществляющих внешний и внутренний контроль, законодательно не разграничены, что приводит к усилению элементов дублирования их деятельности и снижает эффективность всей системы государственного финансового контроля», - отмечается в концепции. В связи с этим полноценное внедрение государственного аудита может стать одним из важных направлений в совершенствовании контроля бюджетных средств.

В целом, государственный аудит для Казахстана видится как целостная и независимая оценка эффективности деятельности объектов аудита, охватывающая не только финансовые вопросы, но и все направления их деятельности с представлением действенных рекомендаций на основе выявленных недостатков и предложений по управлению рисками.

Целью государственного аудита является повышение эффективности управления и использования государственных средств, активов государства и квазигосударственного сектора на основе оценки, проверки деятельности государственных органов и субъектов квазигосударственного сектора в развитии экономики или отдельных ее отраслей. При этом государственный финансовый контроль будет направлен на устранение совершенных нарушений объектами аудита и принятие мер реагирования.

Система государственного аудита, в том числе финансового контроля, должна обеспечивать Президента, Парламент, Правительство Республики Казахстан и общественность объективной и достоверной информацией об использовании выделенных бюджетных средств и активов государства в соответствии с принципами законности, экономичности и результативности, а также эффективности деятельности государственных органов.

Для достижения указанных целей предусматривается решение следующих задач:

1) формирование законодательной базы, регламентирующей виды, субъекты и объекты государственного аудита;

2) подготовка соответствующей международным стандартам методологической основы проведения государственного аудита и развитие нормативно-правовой базы государственного финансового контроля;

3) совершенствование системы государственного финансового контроля и внедрение государственного аудита за эффективным использованием государственных средств и активов как инструментов государственного управления;

4) формирование сбалансированной структуры органов государственного аудита и государственного финансового контроля с учетом четкого разграничения их полномочий и эффективного взаимодействия;

5) создание отвечающей международным требованиям системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников органов государственного аудита и государственного финансового контроля;

6) создание интегрированной информационной системы государственного аудита и государственного финансового контроля;

7) внедрение системы сертификации государственных аудиторов.

Внедрение государственного аудита и развитие государственного финансового контроля будет осуществляться поэтапно:

Первый этап рассчитан на 2013-2014 годы;

Второй – на 2015-2017 годы.

С 2018 года все органы государственного аудита будут функционировать в соответствии со стандартами.

В ходе первого этапа (2013-2014 годы) создана законодательная и методологическая база государственного аудита, соответствующая принципам Лимской декларации и международным стандартам. В частности, был разработан законопроект «О государственном аудите и финансовом контроле» (от 12.11.2015г.). Данный закон регулирует общественные отношения, связанные с государственным аудитом и финансовым контролем, определяет полномочия и организацию деятельности органов государственного аудита и финансового контроля. Закон «О государственном аудите и финансовом контроле» содержит в себе определение полномочий органов государственного аудита и государственного финансового контроля, создание эффективной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров и т.д.

В рамках второго этапа (2015-2017 годы) запланировано становление системы государственного аудита, в том числе создание уполномоченного правительством Казахстана органа по внутреннему государственному аудиту, наделение органов внешнего государственного финансового контроля функциями внешнего аудита, а также внедрение системы сертификации государственных аудиторов. Таким образом был образован Комитет внутреннего государственного аудита Министерства финансов Республики Казахстан. Комитет осуществляет в пределах компетенции центрального исполнительного органа реализационные и контрольные функции в сфере внутреннего государственного аудита и финансового контроля, государственных закупок, государственного имущества, аудиторской деятельности, бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Задачей Комитета является анализ, оценка и проверка достижения объектом государственного аудита прямых и конечных результатов, предусмотренных в документах Системы государственного планирования Республики Казахстан, надежности и достоверности финансовой и управленческой информации, эффективности внутренних процессов организации деятельности государственных органов, качества оказываемых государственных услуг, сохранности активов государства.

В итоге ожидается повышение эффективности работы государственных органов, прозрачности использования бюджетных средств и управления государственными активами, а также противодействия теневой экономике.

Список литературы:

1. Послание Президента РК народу Казахстана: «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее»
2. Концепция внедрения государственного аудита в РК от 3 сентября 2013 года № 634

3. Закон Республики Казахстан «О государственном аудите и финансовом контроле» от 12.11.2015г.
4. Положение о Комитете внутреннего государственного аудита Министерства финансов Республики Казахстан согласно приказу Министра финансов Республики Казахстан от 11 мая 2016 года № 224
5. Бондаренко Е. И. К вопросу о соотношении понятий «внутренний финансовый контроль», «внешний финансовый контроль», «аудит» / Е. И. Бондаренко // Государство и право: теория и практика: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Челябинск, апрель 2011 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2011. 106
6. Воронин, Ю. М. Государственный финансовый контроль: вопросы теории и практики. – М. : Финансовый контроль, 2013.
7. Официальный интернет Электронное Правительство РК <https://egov.kz>.

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА И АНАЛИЗА ЗАТРАТ В ТУРИЗМЕ

Аскарова Ж.А., Товма Н.А., Бекзатова Б., Зеимханова А.

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Для эффективного ведения туристского бизнеса предприниматель должен иметь оперативную информацию о том, во что обходится организации производство туристского продукта, оказание дополнительных услуг, каков размер прочих затрат. Ни одно управленческое решение нельзя осуществить без затрат, и от его реализации всегда ожидается определенный результат. Разница между этим результатом и затратами на него объективно характеризует успешность решения.

Затраты - это уменьшение активов или увеличение обязательств, связанных с возникновением издержек производства.

Для учета затрат на производство туристского продукта используют калькуляционные счета 7210 «Административные расходы», 7310 «Расходы по вознаграждениям», 8110 «Основное производство» и счет 1620 «Расходы будущих периодов».

Затраты на обеспечение туристской организации рабочей силой (персоналом) отражаются в бухгалтерском учете следующей записью:

1. Начислена заработная плата административному персоналу:

Д-т 7210 «Административные расходы»

К-т 3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда».

Отчисления: социальный налог, исчисляется в соответствии с Налоговым кодексом РК, в размерах, установленных статьей 358 (по ставке 11 %), от фонда оплаты труда граждан РК, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, постоянно проживающих в РК [1].

2. На сумму отчислений от фонда оплаты труда управленческого персонала (социальный налог):

Д-т 7210 «Административные расходы»

К-т 3150 «Социальный налог», 3210 «Социальные отчисления».

Уплата пенсионных взносов в Накопительные пенсионные фонды в РК регулируется Законом «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан», а также Постановлением Правительства РК «Об утверждении порядка присвоения социального индивидуального кода уполномоченной организацией», Постановлением Правительства РК «Об утверждении Правил удержания и перечисления обязательных пенсионных взносов в накопительные пенсионные фонды» [2, 3, 4].

3. Удержания в накопительный пенсионный фонд в размере 10% от фонда оплаты труда работников отражается следующей бухгалтерской записью:

Д-т 3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»

К-т 3220 «Обязательства по пенсионным отчислениям».

4. На суммы индивидуального подоходного налога удерживаемого из заработной платы работников по ставке 10%:

Д-т 3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»

К-т 3120 «Индивидуальный подоходный налог».

Затраты на содержание, обслуживание и управление туристической фирмой.

1. Материальные расходы:

Д-т 7210 «Административные расходы»

К-т 1310 «Сырье и материалы», 1350 «Прочие запасы».

2. Расходы по рекламе и продвижению туристского продукта на рынке:

Д-т 7110 «Расходы по реализации готовой продукции (товаров, работ, услуг)»

К-т 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщиков и подрядчиков».

3. На сумму НДС:

Дебет 1420 «НДС к возмещению»

Кредит 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам».

4. Стоимость израсходованных материалов для оформления оконных витрин, выставок, комнат образцов товаров и продуктов и на изготовление стендов, рекламных щитов, указателей:

Д-т 7110 «Расходы по реализации продукции и оказания услуг»

К-т 1350 «Прочие запасы».

5. На сумму оплаченных расходов, на разработку и изготовление рекламных изделий, рекламных публикаций, эскизов этикеток, образцов оригинальных и фирменных пакетов и упаковок, на рекламные объявления через средства массовой информации:

Д-т 7110 «Расходы по реализации продукции и оказания услуг»

К-т 1010 «Денежные средства в кассе», 1030 «Денежные счета на текущих банковских счетах», 1060 «Прочие денежные средства».

6. На сумму НДС:

Д-т 1420 «Налог на добавленную стоимость»

К-т 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщиков и подрядчиков».

7. На сумму расходов по оплате услуг банка и уплаченных штрафов, пени и неустоек:

Д-т 7210 «Административные расходы»

К-т 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах».

8. На сумму начисленных расходов по оплате за консультационные, аудиторские и информационно-вычислительные услуги, оказание по заключенным договорам с консультантами, аудиторскими и информационно-вычислительными центрами:

Д-т 7210 «Административные расходы»

К-т 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам».

Платежи сторонним организациям и предпринимателям за оказание услуг по осуществлению туров:

1. Услуги за проживание:

Д-т 8110 «Основное производство»

К-т 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщиков и подрядчиков».

2. На сумму НДС:

Д-т 1420 «Налог на добавленную стоимость»

К-т 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщиков и подрядчиков».

3. Оплата задолженности за предоставленные услуги по размещению и проживанию:

Д-т 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщиков и подрядчиков»

К-т 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»,

1010 «Денежные средства в кассе», 1040 «Денежные средства на карт-счетах».

Затраты на подготовку и освоение нового туристского продукта включают в себя затраты на ознакомительные туры для менеджеров, языковые курсы сотрудников, служебные командировки руководителей для подписания контрактов и др.

1. На сумму произведенных затрат:

Д-т 1620 «Расходы будущих периодов»

К-т 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщиков и подрядчиков».

2. На сумму НДС:

Д-т 1420 «Налог на добавленную стоимость»

К-т 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщиков и подрядчиков».

3. По мере реализации путевок затраты будущих периодов, в соответствии с принципом начисления, признаются затратами отчетного периода в котором путевки были проданы:

Дебет 8110 «Основное производство»

Кредит 1620 «расходы будущих периодов».

Комиссионные вознаграждения контрагентам

1. Реализация туристического продукта:

Дебет 8110 «Основное производство»

Кредит 3390 «Прочая краткосрочная кредиторская задолженность».

2. Выплата вознаграждения по договору комиссии:

Дебет 3390 «Прочая краткосрочная кредиторская задолженность»

Кредит 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»,

1010 «Денежные средства в кассе», 1040 «Денежные средства на карт-счетах».

Суммы общих и административных расходов и расходов на финансирование, подсчитанные в итоговых строках учетных регистров, переносятся по корреспондирующим счетам в соответствующие строки первого раздела «Затраты отчетного периода» журнала-ордера №10. Сверенные данные журнала-ордера №10 в конце месяца переносятся в Главную книгу [5].

Аналитический учет затрат на производство туристского продукта ведется в разрезе отдельных заказов на производство туристского продукта или совокупностей таких заказов, являющихся объектами учета затрат. Аналитический учет расходов периода по счетам: 7210 «Административные расходы» и 7310 «Расходы по вознаграждения» ведут в учетных регистрах специальной формы, согласно установленной учетной номенклатуре статей [6].

Аналитический учет общих и административных расходов и расходов на финансирование в соответствующих учетных регистрах завершается в отчетном месяце выведением сумм указанных расходов по статьям номенклатуры нарастающим итогом с начала года по графе «Итого с начала года», аналогично учетному регистру по счету 7110 «Расходы по реализации продукции и оказанию услуг» [7].

Для повышения оперативности получения учетной информации в целях усиления контроля за общими административно-управленческими расходами и расходами на финансирование и выявление реальных финансовых результатов для правильного решения проблем налогообложения необходимо закрывать указанные счета ежеквартально или ежемесячно. Такая постановка учета общих и административных расходов и расходов на финансирование не вызывает никакой сложности и трудности в учете, а наоборот, позволит усилить контрольные функции учета указанных расходов и принимать своевременные оперативные меры по их снижению [8].

Тщательно проверенные и подписанные главным бухгалтером журнал-ордер №10 и учетные регистры (ведомости) к ним служат основанием для записи в главную книгу и составления Отчета о прибылях и убытках [9].

В отчете о прибылях и убытках раскрывается информация о расходах периода с выделением отдельной строкой: общие и административные расходы, расходы по реализации продукции и товаров, расходы на финансирование [10].

Одной из самых актуальных проблем методологии и практики бухгалтерского учета в настоящее время является проблема калькулирования себестоимости, в частности туристской организации. Именно знание о себестоимости единицы турпродукта лежит в основе принятия управленческих решений [11].

Расчет точки безубыточности является одним из важнейших задач при планировании реализации товаров, работ и услуг.

Точка безубыточности – это такой объем продукции, при реализации которого выручка от реализации покрывает совокупные затраты компании. В этой точке выручка не позволяет организации получить прибыль, однако убытки тоже отсутствуют. Иногда ее называют также критическим объемом: ниже этого объема производство становится нерентабельным.

$$Т.б.=\frac{П.з.*100\%}{Р.м.п.} \quad (1)$$

Где: Т.б.- точка безубыточности,

П.з- постоянные затраты,

Р.м.п.- рентабельность по маржинальной прибыли одного тура.

Уровень безубыточности турфирмы определяется минимальным объемом продаж, необходимым для покрытия всех затрат. Расчет этого объема, или, как его еще называют, точки безубыточности, осуществляется на основе трех показателей. Этими показателями являются:

- рентабельность по маржинальной прибыли,
- постоянные затраты,
- объем продаж или выручка [12].

Рентабельность по маржинальной прибыли отношение величины маржинальной прибыли к величине объема продаж, умноженное на 100%, если рентабельность выражается в процентах. Рентабельность маржинальной прибыли определяется следующим образом:

$$Рм.п.=\frac{МП * 100\%}{Ц} \quad (2)$$

Где: Рмп - рентабельность маржинальной прибыли,

М.п.- маржинальная прибыль,

Ц – цена одного тура

Таким образом, для оценки успешности этих изменений целесообразно отслеживать маржинальную рентабельность или просто маржу. Она равна отношению маржинального дохода к выручке. Показатель характеризует «внешнюю» компоненту бизнеса: успешность взаимоотношений с клиентами и поставщиками. Увеличение этого показателя за счёт оптимизации поставщиков может принести турфирме огромный успех, позволяя, помимо прочего, более свободно «играть» ценами и объёмом реализации.

Допустим, средняя цена одного тура 500 тенге, переменные затраты на один тур 300 тенге, маржинальная прибыль 200 тенге, постоянные затраты турфирмы за определенный период равны 1000 тенге. Необходимо рассчитать рентабельность маржинальной прибыли и точку безубыточности.

Рентабельность маржинальной прибыли = $200 / 500 \cdot 100\% = 40\%$

Точка безубыточности = $1000 \cdot 100\% / 40\% = 2500$ тенге.

Как видно из приведенного примера, схема расчета уровня безубыточной деятельности сравнительно проста. Однако практическая реализация ее требует достаточно большого опыта и высокой квалификации экспертов аналитиков.

Рентабельность каждого вида продукции определяется делением маржинальной прибыли на его цену. Естественно, что в условиях ограниченности производственных возможностей при достаточно высоком спросе при формировании производственной программы предпочтение следует отдавать изготовлению наиболее рентабельной продукции. В условиях неблагоприятной конъюнктуры цена продукции выступает в качестве верхней границы удельных переменных затрат. Если продукт дает не нулевую маржинальную прибыль, выпуск каждой дополнительной единицы генерирует поступление дополнительных финансовых средств для окупаемости постоянных затрат и снижения величины возможных убытков. Принятие же решения о продолжении выпуска продукции, переменные затраты на производство которой превышают ее цену, экономически невыгодно и может быть оправдано необходимостью сохранения рынка, надеждой на снижение в дальнейшем переменных затрат и т.п.

Список литературы:

1. О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс). Кодекс Республики Казахстан от 12 июня 2001 г., №209-11 (с изменениями и дополнениями от 01.01.2007г.). - Алматы: Каржы-Каражат, 2012 г.
2. Закон № 136-1 «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан» от 20 июня 1997 г.
3. Постановлением Правительства РК № 1342 «Об утверждении порядка присвоения социального индивидуального кода уполномоченной организацией» от 16 сентября 1997 г.
4. Постановлением Правительства РК № 245. «Об утверждении Правил удержания и перечисления обязательных пенсионных взносов в накопительные пенсионные фонды» от 15 марта 1999 г.
5. Кирьянова З. В. Первичный учет. Москва 2010 г.
6. Рудановский А. Бухгалтерский учет. М.: 2013 г.
7. Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэлл Н. Принципы бухгалтерского учета - Москва, 1996.
8. А. С. Кусков «Правовой статус турагента». М. 2008 г
9. Барчукова Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма. – М.: Международные отношения. – 2012 – с.71-72.
10. Нурсеитов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях/ Учебное пособие. - Алматы, 2006.-472с.
11. Полтушев Д., Мамонтова О. Инвентаризация активов: подтверждение достоверности данных учета// Бюллетень бухгалтера, № 50, дек.2004г.,с.8-12.
12. Тулешова Г.К. Финансовый учет и отчетность в соответствии с международными стандартами. Часть I – Алматы, 2004. – 270с.

КӘСПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІН БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ҚАРЖЫЛЫҚ ТӘУЕКЕЛДЕР

Ноянов М.Е., Ахметов М.Б.

ал-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев жыл сайынғы жолдауында Қазақстан халқына былай айтты: «... гүлденген және қарқынды дамып келе жатқан қоғамның іргетасы тек қана бәсекеге қабілетті және ашық нарықтық экономика бола алады және де ол шикізат секторының аясынан асуы қажет. Бұл экономика қоғамдағы кәсіпкерлердің әр бір мүшесінің ынтасына, сыйластығына негізделген және жеке меншік институтының қатынастары болып табылады».

Күтілетін нәтижеге жету үшін сенімсіздік пен белгісіздік туындайды, демек тәуекелділік өсіп, күтпеген жерден сәтсіздік қаупі және болжанбаған қауіп-қатерлерге тап болады. Құтыла алмайтын қатерлерден қашпау қажет, оның орнына тәуекелділікті сезініп, оның деңгейін бағалап, шектен

асырмау қажет. Бұлардан экономикалық агенттің ережесі шығады: тәуекелділіктен қашпай, оны алдын ала көру, сонымен бірге оны барынша төмен деңгейге жеткізу қажет.

Кез келген шаруашылық қызметте шаруашылық үрдістерден туындайтын шығындар қаупі бар. Мұндай шығындар коммерциялық тәуекелділікті туындатады. Коммерциялық тәуекелділік өз алдына нәтижеге деген сенімсіздік туындатады. Коммерциялық тәуекелдің құрамды бөлігі – белгілі бір қаржы сомасының немесе жеткіліксіздігінен пайда болатын шығындардың ықтималдылығымен байланысты қаржылық тәуекел болып табылады. Тәуекелдер екі түрге бөлінеді: таза және спекулятивті. Таза тәуекелдер шығынға ұшырауға немесе нөлдік нәтижеге жету мүмкіндігімен сипатталады. Ал спекулятивті тәуекел болса, жағымды және жағымсыз нәтижелерге жетуімен көрініс табады [1].

Қаржылық тәуекелдер – спекулятивті тәуекелдер болады. Венчурдық капитал салуда инвестор алдын ала екі нұсқаны: кіріс немесе шығысқа ұшырайтынын біледі. Қаржылық тәуекелдің ерекшелігі шығынға ұшырау қаупі кез-келген қаржылық операцияларды орындауымен көрінеді және т.б табиғаттан пайда болатын операциялардан туындайды.

Қаржылық тәуекелдер әртүрлі амалдармен шешіледі. Қаржылық тәуекелдерді шешудің әдістері – олардан қашу, ұстап тұру, жіберу және деңгейін төмендету. Тәуекелден қашу кәсіпкер үшін табысқа кенелуден бас тарту болып табылады. Тәуекелді ұстап тұру инвестор арқылы шешіліп, оған жауапкершілік артылады. Сондай-ақ, ол капитал салу барысында шығынды өтеуге сенімді болуы тиіс. Тәуекелді беру қаржылық жауапкершілікті басқа біреуге беруді білдіреді. Мысалы, сақтандыру қоғамына. Тәуекел деңгейін төмендету – шығын көлемін және ықтималын қысқарту [2].

Кәсіпкерлікті жүзеге асыру қаржылық тәуекелділікпен тығыз байланысты. Қаржылық тәуекелділік бүкіл кәсіпкерлік ұйымдарда болады. Ол операциялық және инвестициялық болады. Бизнесті сәтті жүргізу объективті бағалауды және оның деңгейін, олардың әсерлі амалдарын жүргізуді, қаржылық тәуекелділікті басқаруды талап етеді.

Қаржылық қызметпен қатар жүретін тәуекелдер объективті болады және кез келген кәсіпорындағы қаржылық менеджерлердің назарында болады.

Қаржылық тәуекелділікті басқару менеджерлік мамандық саласын өз алдына қояды, және соңғы жылдары бұл білім саласы «тәуекел-менеджмент» деп аталады. Қаржылық менеджмент өз алдына негізгі элементтердің жүйесін олардың жүзеге асу процесстерін басқарушылық шешімдерді қабылдауды қояды. Қаржылық менеджменттің құрылымына мыналар кіреді:

1. Мемлекеттің қаржылық қызметін нормативті-құқықтық реттеуі. Заңдар мен басқа да нормативтік актілерді қабылдау, қаржылық қызметті реттеу, өз алдына мемлекеттің ішкі саясатына әсерін тигізеді. Бұл саясаттың заң шығарушы және нормативтік негіздері қаржылық қызметті әртүрлі формада реттейді.

2. Қаржылық қызметті реттеудің нарықтық механизмі. Бұл механизм алдымен қаржы нарығы саласында және оның бөлімшелерінде кескінделеді.

Қаржы нарығының сұранысы мен ұсынысын қаржы құралдарының баға деңгейі мен баға белгіленімдері қалыптастырады. Несиелік ресурстарға қол жетімділігін, капиталдың орта кіріс нормасын, қаржылық қызмет процесінде пайдаланылатын жекелеген қор және ақша қаражаттарының өтімділік жүйесін анықтайды [3].

Дұрыс шешім қабылдау - кәсіпорынның табыс кепілі, сәтті шешімдер табысқа, сәтсіз шешімдер тоқырауға алып келеді. Осылайша қатер бойынша шығындар дәрежесін үш түрге бөлуге болады: тоқырау қаупі; қосымша ресурстарға деген шығындар қажеттілігі; активтердің бір бөлігі жоғалту. Сондықтан тәуекел дәрежесін дұрыс бағалау және оның ауқымын анықтау қажет.

Тәуекел дәрежесі заңды және заңсыз ақпарат таратушылардың ақпараттарымен жинақталады. Тәуекелділікті талдау потенциалды серіктестердің жобаларды ұйымдастыру мен маңызды қаржылық жоғалтулардан қорғауға бағытталған мәліметтерінен тұрады. Талдау кезінде тәуекелді орынды пайдалану түсінігі "тәуекел аймағы" қолданылады, яғни, белгілі бір аймақтың жалпы шығынның нарық шекарасындағы мәні шекті мәндері белгіленген тәуекел деңгейінен аспайды.

Тәуекелдер қаржылық тәуекел ұғымымен анықталатын кәсіпорынның жалпы тәуекелдер жиынтығын құрайды. Бұл тәуекел кәсіпорының маңызды шаруашылық тәуекелдерін құрайды. Оның деңгейі қаржылық қызметтің көлемінің кеңейуі және диверсификациясымен жаңа қаржылық технологиялар мен құралдарды қолдану арқылы өседі.

Нарықтық экономикаға көшу қаржылық тәжірибеге жаңа ұғымды-кәсіпорын банкроты ұғымын әкелді. Қаржылық менеджмент позициясымен банкрот кәсіпорынның қаржылық қызметіне байланысты апатты тәуекелдің пайда болуымен сипатталады.

Негізінен, өтімділік үдерісін және оның міндеттемелерді орындау қабілетін бақылап отыру қажет. Қосымша іздеулер тек өтімділіктің төмендеуіне ғана емес, сонымен қатар оның жоғарылауына да әкелуі қажет.

Төлем қабілеттілігін бағалау баланс айналымы активтерінің өтімділігімен сипатталады. Актив инкассациясының уақытының қаншалықты қысқа болғанына байланысты, оның тәуекелділігі де соғұрлым жоғары болады.

Егер кәсіпорын үй шаруашылығының негізгі көрсеткіштерінің тұрақты өсуін қамтамасыз етпесе, оны қалпына келтіру үшін төтенше шараларға жүгінуге мәжбүр болады:

- мүліктің бір бөлігін сату;
- акциялардың қосымша эмиссиясы арқылы жарғылық капиталды ұлғайту;
- ұзақ мерзімді несие немесе айналым қаражатын толықтыру үшін қарыз алу;
- мақсатты қаржыландыру және бюджеттен және бюджеттен тыс қорлардан түсімдер.

Қаржылық нарықтағы сұраныс пен ұсыныс жекеленген қаржылық құралдар бойынша баға деңгейін, жекеленген қаржылық және ақша қаражаттарының жойылу үрдісін анықтайды:

1. Жобаға қатысушылардың арасында қаржылық тәуекелді бөлу. Бұл әдіс кезінде бағаланатын қаржылық тәуекел ықтимал залалды қатысушылар арасында бөлінеді, осылайша ықтимал шығындар әрбір салыстырмалы түрде көп емес болады. Осы әдісті пайдалану арқасында қаржы - ірі жобаларды қаржыландыруға және тәуекелге баруға қорықпайды.

2. Білікті әріптестерді жобаға тарту;

3. Ғылыми әдістерін қолдану болжау, бағалау кезінде даму үрдісіндегі нарықтық конъюнктура;

4. Жоба алдындағы пысықтау ілеспе мәселелері;

5. Көзделмеген шығыстарды өтеуге арналаған қаржылық қор жинау;

6. Тәуекелді сақтандыру;

7. Портфельді әртараптандыру.

Бұл әдіс бірнеше активтер арасында инвестицияларды бөлу арқылы қаржылық тәуекелді төмендетуге бағытталады.

Сақтандыру бұл жерде қорғаныс қызметін ғана атқармайды, сонымен қатар заідық және нарықтық қатынастардағы тұлғалар арасындағы қаржы факторын реттеу қызметін атқарады.

Американдықтардың ұйғарымдары бойынша, тәуекел - бұл зиянның немесе залалдың салдарына қарамастан қандай да бір іспен айналысу. Әрине, сақтандыру келісімдері арқылы тәуекелдің кейбір түрлерін сақтандыру компанияларына көшіруге болады.

Айта кетсек, қаржылық тәуекел нарықтық экономикасы дамыған мемлекеттерде ішінара қалыптасқан. Бірақ онда қаржылық тәуекелдің тәжірибесі бар. Демек, нарықтық ортада өмірдің өзі, процестерді өндіру, бөлу, айырбастау, тұтыну өнімнің өзін қалай ұстау керектігі оқытылып болған жағдайда, белгісіздікті және тәуекелді көтермелейді, оларды білмеу үшін қатаң жазалайды.

Кез келген адам қызметінің саласында тәуекел бар. Тарихи тәжірибе көрсеткендей, тәуекелде белгіленген нәтижелерді толық алмау, әсіресе сенімді тауар қатынасында байқалады.

Отандық экономикадағы қаржылық қатынастардағы мәселелерді жаңа деп айтуға болмайды. Жинақталған тәжірибе көрсеткендей, дұрыс шешім қабылдау үшін сапалық және сандық қаржылық тәуекелдердің әр түрлі бағыттарын меңгеру қажет.

Осылайша, қаржылық тәуекелді басқару шешім қабылдаудағы ымырауға келуді білдіреді. Қаржылық тәуекелді сапалы басқару ұзақ мерзімді перспективада фирманың табысқа жетуіне мүмкіндік береді, қаржылық жағдайының төмендеуіне қауіпті белгілі бір мөлшерге азайтады.

Қаржылық тәуекелден қорғауды комерциялық қағидаларды орындау қамтамасыз етеді:

- негізгі капитал мүмкіндігінше ұзақ мерзімді қаржыландыру есебіне. өз меншігіндегі капиталын байланыстырмау;

- негізгі капитал меншікті болуы керек;

- ұзақ мерзімді қарыздарды өтеу және инвестициялық проектар бойынша келіп түскен қаржылық түсімдердің проценттері анықталады;

- шығындарды төмендету үшін тұрақты ориентация қажет;

- ақшалай қаражаттар жиі табыстардан маңыздырақ, өйткені қаржылық тұрақтылықты қамтамасыз етеді және инвесторлар мен кредиторларға оның инвестициялық тартымдылығын қамтамасыз етеді;

- портфельден алынатын болашақ ақша ағынындағы ориентациясы маңызды.

Алдын ала болжанбаған оқиға нұсқаларға негізделген сол немесе өзге де шығындардың ықтималдылығын бағалау үшін, ең алдымен, шығын түрлерін білу қажет және де қызметімен білу және алдын-ала оларды болдырмау мен ықтимал болжамды шамасын есептеу керек. Бұл ретте, әрине, сандық өлшеу жағынан және оларды біріктіру арқылы шығындардың әрбір түрін бағалауға ниет керек, бірақ бұл, өкінішке орай, әрдайым мүмкін болмайды [4].

Ұсыныс ретінде жұмыс қорытындысы бойынша менеджерлерді, экономистерді, ірі технологтар және тәуекелді бағалау бойынша әдістердің ұсақ қаржылық-экономикалық құрылымдарды оқыту қажеттілігін бөліп отырмыз, бұл жеке кәсіпорындардың ғана емес, сонымен қатар тұтастай алғанда елдің табысты дамуына мүмкіндік береді. Н.А. Назарбаев өзінің жыл сайынғы Қазақстан халқына Жолдауындағы айтылған басымдықтар біздің ұмтылысымызға сәйкес келеді: "Біз Қазақстанды жаһандық экономикалық үрдістермен бірге дамып келе жатқан ел ретінде көруді қалаймыз. Яғни, өзін барлық жаңа және озық, аз да болса әлемдік шаруашылық жүйесінде, бірақ өзінің нақты "орнын" және жаңа экономикалық жағдайларға тез бейімделетін ел ретінде көргіміз келеді".

Әдебиеттер тізімі:

1. Бочаров В.В. Корпоративные финансы: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2010. – 216 б.
2. Корнюшин В.Ю. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски. Учебный курс. – М.: МИЭМП, 2007. – 84 б.
3. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. –М., 2002. 76 б.
4. Финансовый менеджмент: теория и практика. Учебник/ под ред. Стояновой Е.С. – М.: Перспектива, 2007. – 207б.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ГАЗ САЛАСЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ

Адилгереева К. Ж. – магистрант

ал-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Адамзат ХХІ ғасырға қадам басты, бірақ әлемдік экономика үшін шешуші сөзі мұнай және табиғи газ қалады. қазіргі заманғы экономиканың негізі осы пайдалы қазбаны өлшеусіз тұтыну тұрғысында құрылған. Елімізде әр саланың маңызы бар болсада, мұнай және газ экономикамыздың барлық делік салаларын еріксіз ұстауда. Газды пайдалану біздің қажетімізге кірді. Сондықтан қазіргі заманғы адамның өмірі "көгілдір отын" көмегісіз мүмкін емес [1].

2050 жылға дейінгі Қазақстан Республикасының даму стратегиясында үлкен орынды еліміздің мұнай - газ кешені алады. Мұнай- газ өнімдерінің қазіргі қоғамдағы алатын орны өте үлкен. Газ өнеркәсібі – Қазақстан отын-энергетика кешенінің ең жас саласы [2].

Газ (фр. *gas*, гр. *chaos* – бей-берекет) атауын ғылыми қолданысқа ХVІІ ғасырдың басында голланд ғалымы Ян Баптист ван Гельмонт енгізген. Қазақстан Республикасы аумағында 202 мұнай және газ кен орындары орналасқан [3].

Қазақстан Республикасының Қор жөніндегі мемлекеттік комиссиясы алынатын газ қорын – 3,9 трлн. м³, оның ішінде ілеспе газ – 2,6 трлн. м³ және табиғи (бос) газ – 1,3 трлн. м³ деңгейінде бекіткен.

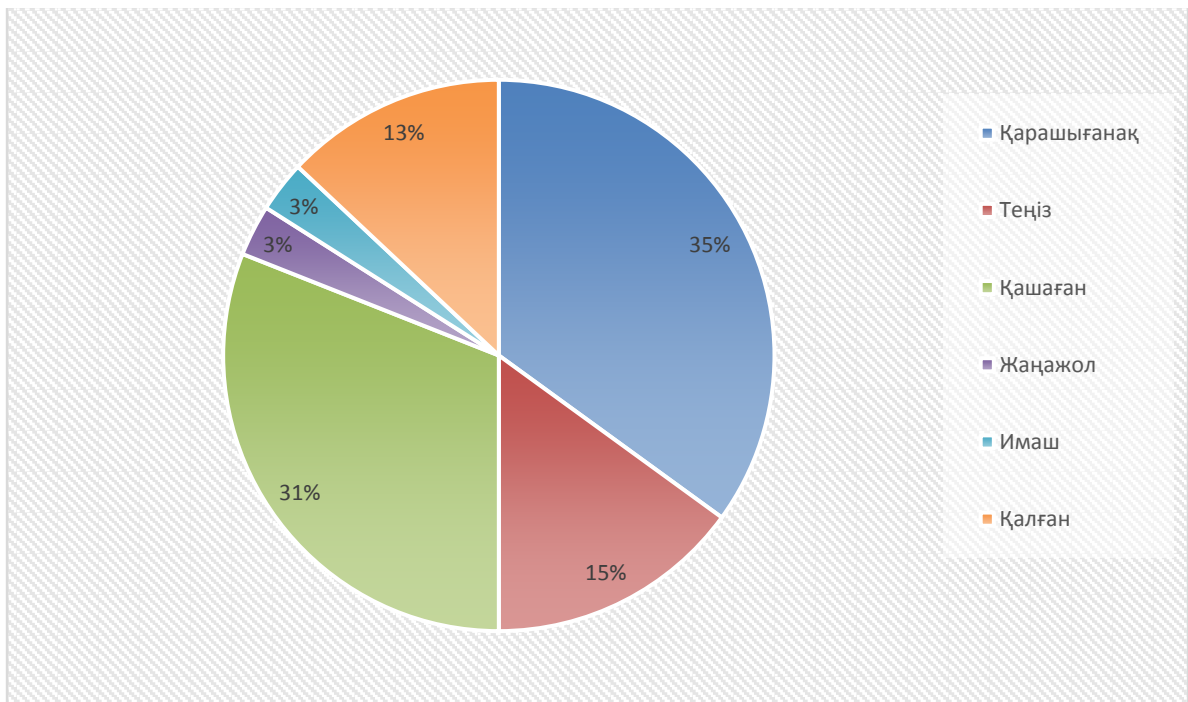
Сонымен қатар 2015 жылғы салалық ақпараттың әлемдік танылған дереккөздерінің бірі – British Petroleum компаниясының деректері бойынша Қазақстандағы газ қоры 0,9 трлн. м³ құрайды, ол республикаға осы көрсеткіш бойынша әлемде 25-орынға және Тәуелсіз Мемлекеттер Достастығы (бұдан әрі – ТМД) елдері арасында 5-орынға ие болуға мүмкіндік береді. Көрсеткіштердің мұндай сәйкессіздігі Қазақстан Республикасының газ қорларындағы ілеспе мұнай газының жоғары үлесіне байланысты.

2015 жылғы ОПЕК ұйымының жылдық есеп деректері бойынша Қазақстандағы табиғи газ қоры 1,918 трлн. м³ құрайды, ол республикаға осы көрсеткіш бойынша әлемде 19-орынға (1%) және ТМД елдері арасында Ресей мен Түрікменстаннан кейін 3-орынға ие болуға мүмкіндік береді.

Газдың бүкіл барланған қорының 98 % жуығы Қазақстанның батысында, бұл ретте 87 % – ірі мұнай-газ (Теңіз, Қашаған, Королевское, Жаңажол) және мұнай-газ конденсаты (Қарашығанақ, Имаш) кен орындарында шоғырланған.

Әлемнің бұрыннан келе жатқан мұнай-газ өндіруші аудандарының бірі болып табылатын, Қазақстанда көмірсутектің іске асырылмаған қомақты болжамды ресурстары да бар. Мысалы, республикадағы дәстүрлі (табиғи және ілеспе) газдың болжамды ресурстары 6 – 8 трлн. м³ деңгейінде бағаланады. Бірінші кезекте, бұл Каспий теңізі акваториясының, оның ішінде оның Каспий маңы, Бұзашы және Оңтүстік Маңғышлақ аймақтарының қазақстандық секторына жатады.

Жаңа маңызды ашылымдардың жоғары ықтималдығы Каспий маңы ойысының құрлықтағы бөлігінде және Арал теңізінің айдынында сақталады. Сонымен қатар басқа тұнба бассейндерде дәлелденген де, дәлелденбеген де өнеркәсіптік мұнай-газы бар газдың жаңа кен орындарын ашу ықтималдығы да сақталады. Барланған қорлармен жиынтықта бұл болжамды бағалаулар бүгінгі күні әлемнің мұнай-газ өндіруші елдерінің арасында маңызды орын алатын Қазақстанның едәуір әлеуеті бар екендігін куәландырады [4].

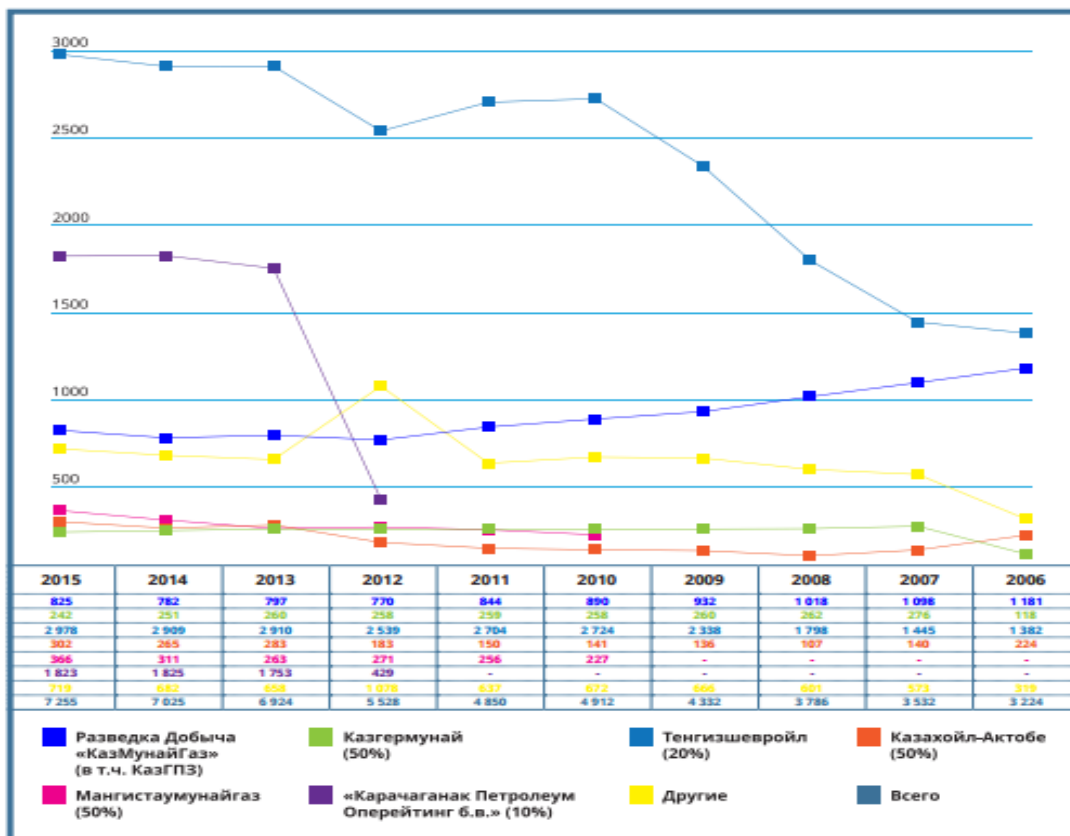


1-сурет. Кен орындары бойынша алынатын газ қорын бөлу, %
Ескертпе: Қазақстан Республикасы Энергетика министрлігі

2016 жылдың 24 мамырында ҚР Энергетика Министрі Қ.А. Бозымбаевтың Қоғамдық кеңестің алдындағы есептік кездесу отырысында Қазақстанда газ өндіру 2015 жылдың қорытындысы бойынша

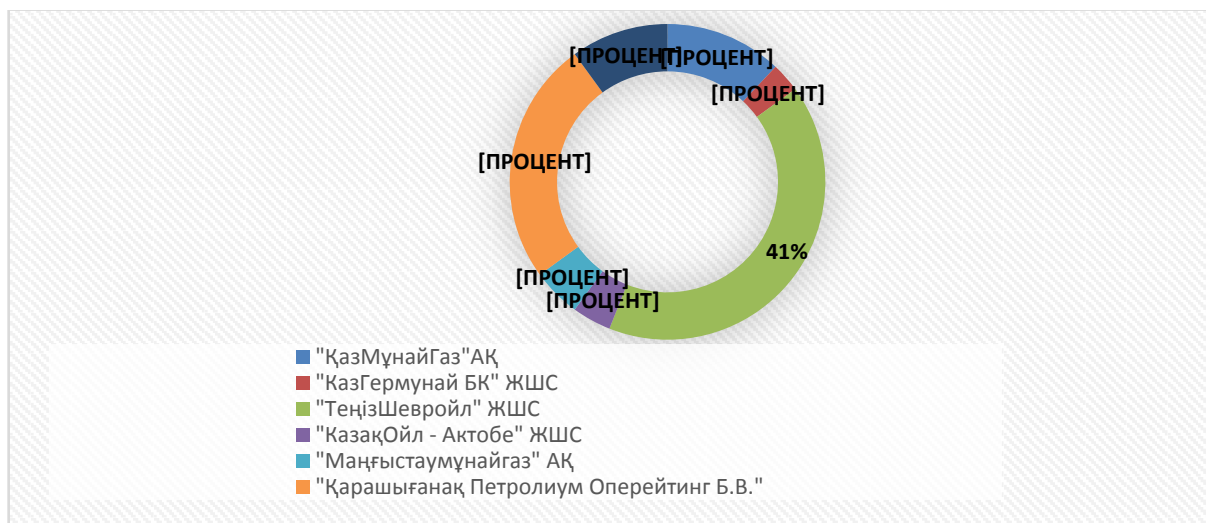
45,3 млрд. м³ құрағанын баяндады. Ол алдыңғы жылғы көрсеткіштен салыстырғанда 5 % жоғары [5].

Қазақстан Республикасында негізгі газ өндіретін ұйымдар:



2-сурет. ҚР негізгі газ өндіретін ұйымдар
Ескертпе: «ҚазМұнайГаз» АҚ 2015 жылдық есебі.

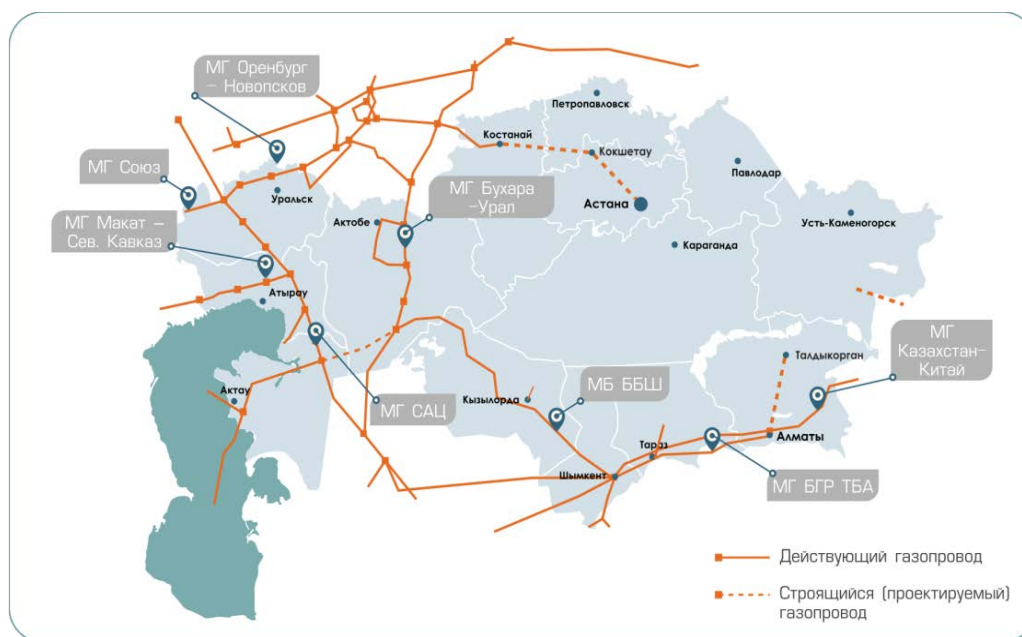
Осылайша, бар-жоғы екі компания, атап айтқанда, «Қарашығанақ Петролеум Оперейтинг Б.В.» және «Теңізшевройл» ЖШС елде газдың 66 % – ын өндіреді.



3-сурет. Жер қойнауын пайдаланушылар бойынша газ өндіру көлемін бөлу, %

Айтып кететін мәселе, біріншіден, Қазақстанда өндірілетін газдың едәуір бөлігі илеспе болып табылады және мұнаймен бірге алынады, ол оны одан әрі сату кезінде алдын ала қымбат бағалы қайта өңдеу бойынша міндеттеме жүктейді.

Екіншіден, көп мөлшердегі мұнай және газ қорына ие болса да, еліміздің мұнай – газ саласы көбінесе экспортқа бағытталған, сол себептен Қазақстан өзінің газға деген ішкі сұранысын қанағаттандыра алмай отыр. Қазіргі кездегі магистралдық газ тасымалдау жүйесі Қазақстанның барлық облыстарын газбен қамтамасыз етуге бейімделмеген, сондықтан инвестициялық модернизацияға мұқтаж. Бірақта, экспорт мәселесіне оң жағдаймен қарасақ, шикізатымыздың белгілі бір бөлігі экспортқа шығарылса, бұл мемлекеттік бюджетке табысты түсірудің негізгі көзі болып табылады. Осы жағдайды 4-суреттен көруге болады.



4-сурет. Қазақстанның магистральдық газ құбырларының схемасы
Ескертпе. Қазақстан Республикасы Энергетика министрлігі

4-суреттегі схемадан көріп отырғанымыздай, еліміздің солтүстік-шығыс аймақтарында газ құбырлары жүргізілмеген. Осыған орай республикада салынған магистральдық газ құбырларының көпшілігі әу бастан-ақ газды транзиттеуге бағдарланған.

Үшіншіден, Бүгінгі күні газ өндіру және пайдалану секторын реттеу саласындағы анағұрлым маңызды проблемалық мәселе мұнай-газ ресурстарын өндіру және олардың айналымын есепке алудың қолданыстағы жүйесінің жетілмегендігі болып табылады. Газды өндірудің және пайдаланудың ағымдағы және болжамды теңгерімі жер қойнауын пайдаланушылар ұсынатын деректер негізінде қалыптастырылады, олардың көпшілігінің кен орындары қазіргі заманғы автоматтандырылған есепке алу жүйесімен жабдықталмаған. Нәтижесінде мемлекетте көмірсутек ресурстарын ұтымсыз пайдалану, оның ішінде ілеспе газды алау етіп жасырын жағу жағдайларын айқындаудың тиімді тетіктері жоқ.

Қорытындылай келе, Шет елдің үздік тәжірибесін қарастырып, еліміздің газ өндіру саласындағы жұмыс жасау жүйесін салыстыра отырып, жақсысын таңдау қажет.

Әдебиеттер тізімі:

1. Библиографиялық сипаттама: Амет Г. А., Раимбекова У. К. Қазақстандағы газ саласының даму динамикасы // Юный ученый. — 2016. — №2. — С. 113-115. Сілтеме: <http://yun.moluch.ru/archive/5/276/>
2. Мұнай өндіруші кәсіпорындарындағы өткізу каналдарының дамуы және стратегиялары. Алматы: Экономика және статистика, - 2009. - №1. – Б. 82-83.
3. <https://kk.wikipedia.org/wiki/Газ>
4. «Қазақстан Республикасының газ секторын дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы» Қаулысы
5. Қ.А. Бозымбаевтың Қоғамдық кеңестің алдындағы есептік кездесуде сөйлейтін сөзінің жобасы. 2016 ж. 24 мамыр. Сілтеме: <http://energo.gov.kz/index.php?id=6324>

КОНЦЕПЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

Джаншанло Р.Е. – д.э.н., профессор

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

В настоящее время развитие цивилизации вышло на критический уровень важнейших параметров своего существования. Запасы природных ресурсов и экологическая емкость Земли иссякают настолько быстро, что это, собственно, и послужило причиной появления проблемы, именуемой «устойчивым развитием».

Перед обществом сейчас стоит кардинальной, чрезвычайной исторической значимости задача - определить пути социально-экономического развития к действительному, а не мнимому прогрессу, а для этого необходимо всесторонне проанализировать особенности как рыночной, так и плановой экономики, возможности их конвергентного развития, с учетом экологических приоритетов. По признанию многих ученых, политических и общественных деятелей, рыночная экономика в ее классическом виде по сути заложенных в ее фундаменте функциональных отношений между обществом и природой не может разрешить стоящие перед человечеством проблемы. Определять пути дальнейшего развития любого самостоятельного и независимого государства невозможно без осмысления глобальных проблем, фундаментальных закономерностей эволюции цивилизации, как единой общепланетарной социальной эколого-экономической системы.

Термин «устойчивое развитие» был введен в широкое употребление Международной комиссией по окружающей среде и развитию (Комиссия Брунтланд) в 1987 г. Под устойчивым понимается такое развитие экономики, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности.

Устойчивое развитие включает в себя два ключевых взаимосвязанных понятия [1]:

1) понятие потребностей, в том числе приоритетных (необходимых для существования беднейших слоев населения);

2) понятие ограничений (обусловленных состоянием технологии и организацией общества), накладываемых на способность окружающей среды удовлетворять нынешние и будущие потребности человечества.

Само устойчивое развитие, решение социально-экономических проблем населения, ликвидация нищеты, любых форм социально-экономической дискриминации являются основой и непременным условием для формирования в обществе культуры мира и ненасилия, для укрепления

соответствующих норм поведения. Только обеспечение насущных потребностей всех слоев и групп населения и, прежде всего, права на труд, на образование, на достойное существование позволяют идеям культуры мира укрепиться в сознании абсолютного большинства членов общества».

Современные идеи устойчивого, сбалансированного и гармонического развития - не что иное, как коммунистические идеи в новой форме. Вот как, к примеру, формулирует задачи устойчивого развития ЮНЕСКО: «Процветание, справедливость и здоровая окружающая среда являются мечтой человека о лучшем будущем». Устойчивое развитие делает возможным осуществление этой мечты посредством правильно сделанного выбора и правильной политики, направленных на решение трех взаимосвязанных задач [2]:

- достижения экономического роста;
- охраны окружающей среды;
- достижения социальной справедливости.

Существующий подход к концепции устойчивого развития вырабатывался в течение нескольких десятилетий, он основан на опыте работы в области развития, накопленном за это время [3, 4]. Возникновению и разработке концепции устойчивого развития во многом способствовала деятельность, проводившаяся в рамках Римского клуба [5]. Большой толчок в этом направлении дала нашумевшая работа «Пределы роста» [6], привлекая самое широкое внимание к глобальным экологическим проблемам.

Концепция устойчивого развития основывается на пяти основных принципах [7]:

1. Человечество действительно способно придать развитию устойчивый и долговременный характер, с тем чтобы оно отвечало потребностям ныне живущих людей, не лишая при этом будущие поколения возможности удовлетворять свои потребности.

2. Имеющиеся ограничения в области эксплуатации природных ресурсов относительно. Они связаны с современным уровнем техники и социальной организации, а также со способностью биосферы справляться с последствиями человеческой деятельности.

3. Необходимо удовлетворить элементарные потребности всех людей и всем предоставить возможность реализовывать свои надежды на более благополучную жизнь. Без этого устойчивое и долговременное развитие попросту невозможно. Одна из главнейших причин возникновения экологических и иных катастроф - нищета, которая стала в мире обычным явлением.

4. Необходимо согласовать образ жизни тех, кто располагает большими средствами (денежными и материальными), с экологическими возможностями планеты, в частности относительно потребления энергии.

5. Размеры и темпы роста населения должны быть согласованы с меняющимся производительным потенциалом глобальной экосистемы.

Особенно следует подчеркнуть динамический характер устойчивого развития. Оно представляет собой не неизменное состояние гармонии, а скорее процесс изменений, в котором масштабы эксплуатации ресурсов, направление капиталовложений, ориентация технического развития и институциональные изменения согласуются с нынешними и будущими потребностями.

Обществом, достигшим состояния динамического или устойчивого равновесия, является такое общество, которое в ответ на изменение внутренних и внешних условий способно устанавливать новое, соответствующее этим изменениям равновесие как внутри себя, так и в пределах среды своего обитания.

Что касается количественного роста, на котором сосредоточивалась традиционная экономическая наука, то он даже с чисто математической точки зрения рано или поздно должен остановиться, причем с самыми неблагоприятными последствиями [8]. Истинные пределы материального роста человечества определяются причинами не столько физического, сколько экологического, биологического и даже культурного и психологического характера [9].

Темпы роста сами по себе не имеют решающего значения. Достаточно высокие темпы роста могут и не приводить к неблагоприятным для окружающей среды последствиям. В то же время при низких или даже отрицательных темпах роста (т.е. экономическом спаде) состояние окружающей среды может ухудшаться, а запасы невозобновляемых природных ресурсов истощаться.

Сегодняшняя казахстанская экономика представляет собой ярчайшую иллюстрацию к последнему положению. Концепция устойчивого развития унаследовала от развивавшихся в работах Римского клуба концепций, прежде всего фундаментальное отличие от господствующей в традиционной экономической науке концепции непрерывного экономического роста.

Различие между экономическим развитием и экономическим ростом является основополагающим для самого понятия «устойчивость». Рост направлен на количественное увеличение масштаба

экономики в ее физическом измерении. Это предполагает увеличение объема и скорости материальных и энергетических потоков, проходящих через экономику, количественный рост народонаселения и увеличение объема запасов продуктов человеческого труда. Развитие же подразумевает качественные усовершенствования в структуре, конструкции и композиции физических объемов и потоков.

Потенциал экономического прогресса, базирующегося на устойчивом развитии, предполагает качественные усовершенствования большие, чем экономический рост, основанный только на увеличении количественных показателей. Подлинным экономическим прогрессом является только такой прогресс, который осуществляется не за счет окружающей среды, а, напротив, за счет согласования экономической деятельности и всего поведения людей с биогеохимическими циклами различного уровня и полного включения экономической системы в структуру глобальной замкнутой жизнеобеспечивающей среды. Если экономический рост, основанный исключительно на количественных показателях, в конце концов, приводит к саморазрушению (и таким образом является «неустойчивым»), то понимаемое, прежде всего в качественном смысле экономическое развитие устойчивым может быть [10].

В сущности, концепция устойчивого развития стала качественно новым подходом к проблемам, которые раньше или не замечались, или не осознавались как важные, или считались не относящимися к сфере экономической науки. Доминирующая до сих пор в экономике парадигма базируется на некоторых предположениях о мире, которые, будучи очень полезными для эффективного распределения ресурсов в краткосрочном промежутке времени, менее точны и полезны в работе с более долгосрочными, широкими и сложными проблемами устойчивого развития.

Р. Костанца и К. Фольке выделяют три иерархически взаимосвязанные проблемы, с решением которых связано устойчивое развитие. Они сводятся к поддержанию [11]:

- устойчивого масштаба экономики, который соответствовал бы ее экологической системе жизнеобеспечения;
- справедливого распределения ресурсов и возможностей не только в рамках нынешнего поколения людей, но также между нынешним и будущими поколениями, а также между человеком и другими биологическими видами;
- эффективного распределения ресурсов во времени, которое бы адекватно учитывало природный капитал.

Большинство представителей традиционной экономической науки полагали, что дистрибутивная проблема должна решаться политическими, а не экономическими методами. Проблема масштаба даже не рассматривалась в качестве существенной, поскольку признавалась возможность бесконечного замещения ресурсов и технологических изменений. Важно, что проблема масштаба и дистрибутивная проблема не могут быть решены в рамках рыночного механизма даже при условии «совершенного» рынка в смысле учета всех внешних издержек. Скорее решение этих проблем должно быть найдено вне рынка, рынок же может использоваться как эффективный инструмент для претворения этих решений в жизнь.

Традиционная парадигма в значительной степени игнорирует проблему масштаба и дистрибутивную проблему как находящиеся «вне сферы» экономической науки. Экономическая наука рассматривается как ограниченная решением технических вопросов, возникающих в связи с эффективным распределением ресурсов. Но, если определять экономическую науку более широко, а именно как «науку об управлении хозяйством» (такое значение несет греческое слово «экономика»), то она должна обращаться ко всем проблемам, возникающим в ходе такого управления, включая проблему масштаба хозяйства и дистрибутивную проблему, даже если последние и не вмещаются в рамки математических моделей и традиционных предписаний, употребляемых при решении проблемы эффективного распределения ресурсов.

Разумеется, концепция устойчивого развития не могла бы стать столь распространенной, если бы не имелось соответствующих предпосылок как в недрах самой традиционной экономической науки, так и в обществе. Главной предпосылкой стали грандиозные перемены, произошедшие в мире в середине XX в. Если прежде ареной экономического роста были лишь несколько стран Европы и Северной Америки, то теперь в основанное на единых принципах мировое хозяйство оказался включенным практически весь мир [7].

Модель развития, применявшаяся развивающимися странами в 50 - 60-е годы, ориентировалась на достижение экономической эффективности. Считалось, что только эффективность экономической системы способна проложить путь ко всеобщему процветанию и покончить с неравенством как в рамках отдельно взятой страны, так и в мировом масштабе. Однако неоднократно указывалось на

чрезвычайно низкую эффективность экономической системы промышленно развитых стран, основанную на непропорционально высоких затратах природных ресурсов [3, 9, 12].

К началу 70-х годов возрастающая численность бедных слоев населения в развивающихся странах и отсутствие преимуществ экономического развития привели к росту числа попыток непосредственно исправить ситуацию с распределением доходов. Становилось ясным: единственное, что может исправить ситуацию, это конкретные действия, предпринятые в широких масштабах и согласованные на мировом уровне. Парадигма развития переместилась в сторону уравновешенного роста, который в явной форме учитывал социальные цели (особенно задачу сокращения численности бедных слоев населения) и придавал им такое же значение, как и экономической эффективности.

Третьей основной задачей развития стала защита окружающей среды. К началу 80-х годов было накоплено большое количество информации, свидетельствующей о том, что деградация окружающей среды является серьезным препятствием для экономического развития. Указывалось на то, что пренебрежение к экологическим проблемам нельзя оправдать необходимостью решать другие, кажущиеся более неотложными задачи.

Таким образом, концепция устойчивого развития появилась в результате объединения трех основных точек зрения: экономической, социальной и экологической. В соответствии с этим часто говорят о трех целях устойчивого развития: экологической целостности, экоэффективности и экосправедливости.

С экономической точки зрения концепция устойчивого развития основывается на определении дохода, данном Дж. Хиксом. «В практической жизни определение уровня дохода преследует цель указать людям, сколько они могут потреблять, не делая себя при этом беднее». Это вполне согласуется с концепцией устойчивого развития, для которой наиболее плодотворным оказалось следующее из сделанных Хиксом в порядке последовательных уточняющих шагов определение дохода: «...доход индивида - это то, что он может в течение недели потребить и при этом все-таки ожидать, что и к концу недели его положение будет таким же, каким было и в начале» [13].

Действительно, от понимания того, что полученный сегодня доход фактически не является доходом, если такой же не может быть получен завтра, до осознания бесперспективности не соотношенного с ресурсными возможностями экономического роста оставалось сделать только один шаг, и этот шаг был сделан авторами концепции устойчивого развития. Из определения Хикса непосредственно вытекает ключевое для концепции устойчивого развития значение экономически оптимального использования ограниченных природных ресурсов.

Ограниченность ресурсов давно уже осознается как фундаментальный экономический факт [14]. Однако вывод о фактической бесплатности «даровых благ природы» был сделан только в рамках концепции устойчивого развития. В настоящее время имеется большое число самых разных подходов к оценке стоимости природных ресурсов [15, 16]. Однако при решении вопроса о взаимозамещаемости производственного, природного и человеческого капитала и особенно при стоимостной оценке природных ресурсов возникают проблемы интерпретации.

Важно подчеркнуть, что именно экономический подход является стержнем концепции устойчивого развития. В то же время концепция устойчивого развития позволила по-новому взглянуть на само понятие «экономическая эффективность». Более того, выяснилось, что долгосрочные экономические проекты, при осуществлении которых принимаются во внимание природные закономерности, в конце концов оказываются экономически эффективными, а осуществляемые без учета долгосрочных экологических последствий - убыточными.

Концепция устойчивого развития социально ориентирована. Она направлена на сохранение социальной и культурной стабильности, в том числе на сокращение числа разрушительных конфликтов. В глобальных масштабах желательно также сохранить культурный капитал и более полно использовать практику устойчивого развития, имеющуюся в недоминирующих культурах. Для достижения устойчивости развития современному обществу придется создать более эффективную систему принятия решений, учитывающую исторический опыт и поощряющую плюрализм [3, 4].

Именно осознание первостепенной важности решения социальных проблем явилось толчком к созданию Римского клуба и, в конечном счете, к возникновению самой концепции устойчивого развития.

Без справедливого распределения ресурсов и возможностей между всеми членами человеческого общества устойчивое развитие невозможно. Достижение достойной жизни и благосостояния для всех граждан мира должно стать главной целью мирового сообщества. Для устойчивого развития в первую очередь необходимо создание более равноправного общества на всех без исключения

уровнях человеческой организации. Некий гарантированный минимальный уровень жизни должен быть неотъемлемым правом любого гражданина [17].

Вместе с тем возникает вопрос о социальном максимуме, т.е. о тех верхних пределах, за которыми потребление и расточительство становятся предосудительными и даже преступными. Ключевыми оказываются не те или иные темпы роста, а скрывающееся за ними распределение доходов. Материальное изобилие приносит с собой проблемы в такой же, если не большей степени, что и бедность.

Развитием социальной составляющей концепции устойчивого развития стала фундаментальная идея соблюдения прав будущих поколений. Природные ресурсы Земли являются общим наследием всего человечества, включая как ныне живущие, так и будущие поколения. Для устойчивого развития этот постоянный резервный фонд должен передаваться из поколения в поколение как можно менее истощенным и загрязненным.

С экологической точки зрения устойчивое развитие должно обеспечивать стабильность биологических и физических систем. Особое значение имеет жизнеспособность локальных экосистем, от которых зависит глобальная стабильность всей биосферы в целом. Более того, понятие природных систем и ареалов обитания можно понимать широко, включая в них созданную человеком среду, такую, например, как города. Основное внимание уделяется сохранению способностей таких систем к изменениям, а не сохранению их в некотором «идеальном» статическом состоянии. Деградация природных ресурсов, загрязнение окружающей среды и утрата биологического разнообразия сокращают способность экологических систем к самовосстановлению.

В этом плане для Республики Казахстан в долгосрочной перспективе основной задачей экономической политики является выход и закрепление на траектории устойчивого развития, которая обеспечит социальную стабильность общества, экологическую безопасность и экономическую эффективность. Для этой цели Казахстан располагает достаточным природно-ресурсным, научно-техническим и экономическим потенциалами.

В соответствии с Конституцией Республики Казахстан недра и содержащиеся в них полезные ископаемые находятся в государственной собственности. Государственная собственность на недра является одной из составляющих основ государственного суверенитета Республики Казахстан. Государство обеспечивает доступ к недрам на основаниях, условиях и в пределах, предусмотренных Законом РК о недрах и недропользовании. Общим трендом для Казахстана, как и для других стран СНГ, ЕврАзЭС, как важнейшая задача общегосударственного значения является последовательное расширение правомочий республики как недропользователя – реального собственника недр.

Декларируемое Конституцией РК право собственности на недра реально далеко от фактической реализации. Увеличение изымаемой части доходов от добычи и экспорта ликвидных полезных ископаемых (нефти, газа, черных, цветных и драгоценных металлов, урана и др.) в значительной мере минует государственные авуары и уходит за рубежи страны. Речь идет об одной из центральных проблем отношений собственности на недра и добытые полезные ископаемые – права собственности на доходы от недропользования, в частности о праве собственности на горную ренту. Эти отношения охватывают [18]:

- право пользования, владения и распоряжения месторождением;
- способы присвоения и использования добытых полезных ископаемых;
- формирование и присвоение горной ренты;
- налогообложение добытых полезных ископаемых.

Абсолютное преобладание частной иностранной собственности, обусловленное формой разгосударствления, и приватизации (фактической передачей государственной собственности в аренду на условиях СРП), обеспечил масштабный приток иностранных инвестиций. Этот способ приватизации в 90-х годах определил абсолютное преобладание иностранной частной собственности в горнодобывающем комплексе республики, что обусловило право собственности на величину извлекаемой ренты, формы ее изъятия и распределения через неравноправные СРП. Исторические условия разгосударствления и приватизации предопределили несовпадение процесса присвоения и сущностной формы собственности на природный объект, на конкретные участки недр, где добывается сырье, являющихся государственной собственностью. Тем более Конституцией РК и Законом РК о недрах и недропользовании установлена исключительная государственная собственность на недра. Фактически в казахстанском законодательстве до сих пор не разработан правовой механизм разделения прав собственности на продукцию недровых ресурсов с соблюдением концептуального права субъекта суверенитета на национальную и экономическую безопасность. Разработка такого правового акта, несмотря на сложившуюся сложную и запутанную практику

правоотношений с филиалами ТНК, неотложно диктуется мировой практикой взаимоотношений развивающихся и развитых государств и сохранения экономического суверенитета республики.

Многие считают, что получение сверхдоходов недропользователями оправдано. Ведь освоение и разработка месторождений требуют огромных средств, на это в основном и направляется сверхдоход нефтяных и газовых компаний. Все это так. Но в данном случае речь идет о доходах сверх нормальной учетной ставки на капитал. Именно сверхнормативный доход в своей определяющей части остается сегодня в распоряжении частных компаний и не поступает в казну. Отсюда, собственно, и возникает экономический парадокс: доход от общественной собственности на недра, т.е. собственности всех граждан, оказывается в руках частных лиц. Совершенно неважно, о какой доле этого дохода идет речь. Общественное в принципе не может быть источником обогащения избранных.

Природная рента является основным источником утечки капиталов из экономики государства, что негативно сказывается на воспроизводстве всего общественного капитала, на уровне жизни населения страны. За счет рентного дохода Казахстана идет развитие западных экономик. Рента превращается в один из главных источников криминализации экономики и всей общественной жизни.

Проблема присвоения рентного дохода обществом, а через него и всеми его членами из чисто экономической проблемы превращается в проблему конституционного развития государства, преобразования его, по существу, в гражданское общество. Решение этой проблемы могло бы послужить той объединяющей силой, которая способна сплотить все слои общества, дать возможность почувствовать сопричастность каждого к общему делу - развитию своей страны.

В обозримой перспективе развитие природно-сырьевой базы и ее эффективное использование - основной фактор роста казахстанской экономики. Природно-сырьевой комплекс республики в состоянии обеспечить необходимой финансовой базой остальные отрасли экономики страны, послужить основным фактором для вывода Казахстана на траекторию устойчивого развития. В этой связи необходимо учитывать приоритетность собственных геополитических интересов страны как владельца стратегических источников важнейших видов минерально-сырьевых ресурсов - нефти, цветных и черных металлов, урана и т.д. Поэтому стратегическая цель в области развития природно-ресурсного комплекса, в том числе и минерально-сырьевого, заключается в обеспечении рационального использования и воспроизводства природных ресурсов для повышения качества жизни населения, сохранения природной среды обитания, создания основы для перехода к устойчивому развитию страны.

Первоочередными задачами достижения поставленной цели являются [19]:

- восстановление функций государства по владению, распоряжению и управлению природными ресурсами;
- уменьшение ресурсоемкости экономики, сокращение удельных затрат первичных ресурсов на производство конечной продукции;
- оптимизация воспроизводства природных ресурсов как решающего фактора стабильного функционирования казахстанской экономики.

Проблемы собственности на природные ресурсы и управления природопользованием нужно рассматривать как основное условие повышения эффективности казахстанской экономики, вывода ее на траекторию устойчивого развития. Эта мера позволит достичь устойчивого на протяжении длительного периода экономического роста, снижения угроз для социальной и политической стабильности общества, достижения экологической безопасности и максимального сохранения природных ресурсов для будущих поколений.

Литература:

1. Концепция устойчивого развития: новая социально-экономическая парадигма www.km.ru ›
2. Поздняков А.В. Проблемы цивилизации и устойчивое развитие. – <http://www.ihst.ru>
3. Соколова С.А. Способы повышения устойчивости национальной экономики на основе развития высокотехнологических секторов // Экономика и менеджмент инновационных технологий, 2014, №7.
4. Political Economy of the Environment. - Training Kit. Washington, D.C., 1996.
5. Хохлова Г.А. Глобальные проблемы человечества (по докладом Римского клуба) // Вестник МГУ. Сер. Экономика, 1996, №2. С. 24-37.
6. Медоуз Д.Х. Пределы роста: 30 лет спустя / Д.Х. Медоуз, Й. Рандерс, Д.Л. Медоуз; пер. с англ. Е.С. Оганесян; под ред. Н.П. Тарасовой. - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. - 358 с.
7. Пестель Э. За пределами роста. – М.: Прогресс, 1988.
8. Тинберген Я. Пересмотр международного порядка. - М.: Прогресс, 1980.
9. Печчи А. Человеческие качества. - М.: Прогресс, 1980.

10. Хильчевская Р.И. Проблемы экологической экономики в свете концепции устойчивого развития // Экономика и математические методы, 1996. Т. 32. Вып. 3. С. 85 - 95.
11. Costanza R., Folke C. Ecological Economics and Sustainable Development. Paper prepared for the international Experts Meeting for the Operationalization of the Economics of Sustainability. Manila, Philippines. 1994, July 28 - 30.
12. Федоренко Н.П., Реймерс Н.Ф. Экология и экономика - эволюция взаимоотношений. От «экономии» природы до «большой» экологии // Философские проблемы глобальной экологии, 1983. С. 230 - 277.
13. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал. - М.: Прогресс, 1993. - 488 с.
14. Макконнелл Р., Брю Л. Экономика. - М.: Либерия, 1992. - 399 с.
15. Диксон Д.А., Скура Л.Ф., Карпентер Р.А., Шерман П.Б. Экономический анализ воздействий на окружающую среду. Ч. 1. От теории к практике: Пер. с англ. - Лондон, 1994.
16. Экономическая оценка проектов и направлений политики в области окружающей среды. Практическое руководство: Пер. с франц. - Париж, 1995.
17. Культурные парадоксы рынка: политика и дар. - gazeta.zn.ua/SOCIETY/kulturnye_paradoksy_rynka_politika_i_dar.html
18. Отношения присвоения горной ренты и проблема... - e-history.kz/ru/contents/view/790
19. Комекбаева Л.С. Роль природной ренты в устойчивом развитии Казахстана. - articlekz.com/article/8008

СЕКЦИЯ 4

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ АРХИТЕКТУРЫ КАК ФАКТОР АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ФИНАНСОВОГО СЕКТОРА

Ли В. Д. – д. э. н., профессор

Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Основными стратегическими направлениями долгосрочного развития Казахстана являются:

- 1) развитие человеческого капитала;
- 2) совершенствование институциональной среды;
- 3) развитие отраслей наукоемкой экономики;
- 4) ускоренное формирование инфраструктуры наукоемкой экономики;
- 5) углубление интеграции в мировую и региональную экономику.

Прогнозирование социально-экономического развития страны на пятилетний период осуществляется по трем сценариям в зависимости от влияющих на развитие экономики факторов и тенденций.

Для формирования сценариев развития в качестве основных факторов были приняты изменения тенденций развития мировой экономики, мировых цен на нефть и ситуации на мировых финансовых рынках.

Оптимистический сценарий подразумевает поступательное развитие мировой экономики в 2017 – 2021 годы, разрешение долговых проблем стран Еврозоны. Успешная реализация политики по улучшению экономической активности в США и других развитых странах, восстановление спроса частного сектора и улучшение ситуации в развивающихся странах.

При оптимистическом сценарии в 2017 – 2019 годы мировая цена на нефть будет на уровне 40 долл. за баррель, в 2020 году – 45, и в 2021 году – 50 долл.

Базовый сценарий предполагает постепенное увеличение темпов роста мировой экономики в 2017 – 2021 годах с сохранением ее устойчивости.

В 2017 – 2019 годах мировая цена на нефть сложится на уровне 35 долл. за баррель с последующим ростом до 40 долл. за баррель в 2020 году и до 45 долл. за баррель в 2021 году.

Сценарий предполагает, что развитые страны (США, Еврозона) ввиду улучшения ситуации станут основной движущей силой глобального роста. При этом экономики стран с формирующимся рынком и развивающиеся страны будут постепенно расти за счет увеличения объемов экспорта на фоне повышающегося спроса со стороны развитых стран.

Пессимистический сценарий характеризуется наступлением кризисных явлений в экономике, обусловленных замедлением роста мировой экономики, влиянием неблагоприятного развития крупных экономик мира – основных торговых партнеров Казахстана, в частности Еврозоны, Китая, России, а также сохранением низких мировых цен на основные виды энергоресурсов и другие экспортные товары Казахстана. При этом наиболее острой проблемой останется высокая безработица, низкие доходы и как следствие отсутствие фундаментальных факторов расширения совокупного спроса. Инвестиционные доходы сократятся, усилится их репатриация в страны-доноры.

Цена на нефть сохранится на уровне 30 долл. за баррель в 2017 – 2019 годах с последующим ростом до 35 долл. в 2020 году и до 40 долл. за баррель в 2021 году.

С учетом сложившихся тенденций развития экономики страны с начала года и ситуации в мировой экономике за основу при формировании прогноза взят базовый вариант, параметры которого являются наиболее вероятными с незначительным отклонением от текущих ожиданий.

Социально-экономическая политика Республики Казахстан на 2017 – 2021 годы направлена на дальнейшую реализацию нового курса развития Республики Казахстан «Стратегии Казахстан – 2050» с учетом реализации Государственной программы «Нұрлы Жол» и создания модели экономики Казахстана, определённой в пяти институциональных реформах Плана нации «100 конкретных шагов».

В связи со сложной ситуацией в мировой экономике, на мировых товарных рынках, а также с переходом к инфляционному таргетированию основные усилия в среднесрочном периоде будут направлены на смягчение социального эффекта и предотвращения стагнации казахстанской экономики.

Основной целью социально-экономической политики в среднесрочном периоде является сохранение положительных темпов роста экономики и социальной стабильности в стране, подготовка условий для посткризисного развития, продолжение продвижения в 30 развитых государств мира. Новая модель экономики будет основана на максимальном использовании сравнительных конкурентных преимуществ, развитием человеческом капитале, преобладающей роли частного сектора и благоприятного инвестиционного климата, закладывающий прочный фундамент для долгосрочного и устойчивого развития страны.

Достижению указанной цели и обеспечению экономического и социального благополучия страны будет способствовать проводимая социально-экономическая политика, основными приоритетами которой на среднесрочный период определены:

1) сохранение макроэкономической устойчивости и стабилизация финансового сектора за счет повышения эффективности регулирования государственным финансами, совершенствования денежно-кредитной и валютной политики, обеспечения стабильности финансового сектора для увеличения кредитования экономики. Первостепенной задачей финансовой устойчивости будет обеспечение условий для устойчивого долгосрочного экономического роста и удержания инфляции в целевом коридоре;

2) стимулирование экономического роста и повышение конкурентоспособности экономики через развитие сферы профессиональных и деловых услуг, связанных с обслуживанием промышленного производства: инжиниринг, телекоммуникации, геологоразведка, Индустрия 4.0, а также развитие АПК путем проведения косвенно-индустриальной политики, трансферта технологий и компетенций;

3) развитие конкуренции и частного капитала путем формирования качественной институциональной среды с четким ограничением участия государства в экономике через эффективное применение инструментов антимонопольного регулирования в соответствии со стандартами Организации экономического сотрудничества и развития;

4) широкое внедрение цифровых технологий в экономике путем развития электронного правительства и обеспечения полного широкополосного доступа в интернет для повышения качества жизни населения и конкурентоспособности экономики;

5) совершенствование социальной политики, направленной на обеспечение социальной стабильности в стране и стимулирование занятости, продолжение модернизации сфер образования, здравоохранения и социальной защиты в рамках новых государственных программ до 2020 года;

6) формирование эффективной системы государственного управления через модернизацию государственного аппарата, основанного на принципах меритократии, результативности и ориентированности на потребителей, автономности, компактности и эффективности;

7) адаптация экономики и бизнеса к условиям функционирования в новых экономических интеграционных объединениях. Международная интеграция Казахстана будет осуществляться в соответствии с целями и задачами, определенными в Концепции внешней политики Республики Казахстан на 2014

– 2020 годы.

Также осуществляется системная работа по улучшению бизнес-климата в Казахстане, развитию конкуренции и частного капитала, повышению инвестиционной привлекательности и стимулированию вложения инвестиций в сферу естественных монополий, а также совершенствованию системы государственного планирования.

Денежно-кредитная политика должна быть направлена на обеспечение стабильности цен и снижение целевого коридора по инфляции с 6,0-8,0 % в 2017 году до 3,0-4,0 % в среднесрочной перспективе.

Снижение инфляции будет осуществляться совместными усилиями Правительства и Национального Банка, и носить сбалансированный характер. Принятие жестких мер по резкому ограничению инфляции в короткие сроки окажет негативное влияние на экономику и не позволит обеспечить ее стабильный и поступательный рост, тогда как стимулирующая экономический рост политика, повлечет нарастание инфляционных процессов.

Переход к инфляционному таргетированию и продолжение политики свободного плавающего обменного курса тенге позволит устранять дисбалансы в развитии экономики путем изменения обменного курса в ответ на изменяющиеся фундаментальные факторы. Курс тенге должен определяться в результате соотношения между спросом и предложением иностранной валюты.

Для повышения эффективности денежно-кредитной политики и поддержания финансовой стабильности принимаются меры по оздоровлению кредитных портфелей БВУ, дедолларизации экономики, а также обеспечению прозрачности небанковских обменных пунктов и мониторинга валютных операций юридических лиц.

В целях обеспечения стабильности финансового сектора будет продолжено выявление, оценка, минимизация системных рисков и угроз для нормального функционирования финансовой системы, совершенствование практики макропруденциального регулирования.

В рамках Антикризисного плана действий на 2016 – 2018 годы предусматриваются мероприятия по увеличению кредитования экономики банками второго уровня, дедолларизации казахстанской экономики и обеспечению стабильности финансового сектора, в части:

- переноса введения требования по доле неработающих кредитов на уровне менее 10 % с 2016 год на 2018 год и реализацию его через систему мер раннего реагирования;

- проведения стресс-тестирования банков, оценки рисков активов, определения адекватного уровня достаточности собственного капитала на уровне всей системы В целях обеспечения сбалансированности государственных финансов и стабильности социально-экономического развития, продолжится решение задач, определенных Концепцией новой бюджетной политики:

- обеспечение макроэкономической стабильности;

- концентрация бюджетных расходов на приоритетных направлениях социально-экономического развития;

- повышение эффективности использования бюджетных средств;

- фискальная децентрализация;

- эффективное использование средств Национального фонда;

- снижение зависимости бюджета от нефтяных доходов.

Планируется снижение дефицита республиканского бюджета до 1,0 % к ВВП в 2018 году и поддержание его на этом уровне в 2019 – 2020 годах.

Параметры дефицита будут определяться с учетом обеспечения устойчивости правительственного долга и развития рынка государственных ценных бумаг в долгосрочной перспективе.

В рамках налоговой политики будет продолжена работа по повышению экономической отдачи налоговой системы, в том числе устранению диспропорций и увеличению налогооблагаемой базы.

Дальнейшее реформирование системы налогообложения предусматривает:

- совершенствование механизмов взимания косвенных налогов, включая рассмотрение вопроса введения налога с продаж вместо налога на добавленную стоимость;

- реформирование специальных налоговых режимов с обязательным ведением налогового учета доходов и расходов;

- совершенствование системы налогообложения недропользователей;

- совершенствование системы налогообложения транспортных средств, а также имущества и земель физических лиц;

- введение прогрессивной шкалы индивидуального подоходного налога параллельно с введением обязательного декларирования доходов и имущества физических лиц;

- пересмотр порядка налогообложения социального налога;

- отмену неэффективных налоговых льгот и норм, противоречащих правилам Всемирной Торговой Организации;

- решение отдельных вопросов по плате за эмиссии в окружающую среду.

С 1 марта 2016 года Казахстан перешел на плавающую ставку экспортно-таможенных пошлин. Для поддержки нефтегазового сектора и горно-метал-лургического комплекса предоставляются льготы по налогу на добычу полезных ископаемых, введена плавающая ставки ЭТП на нефть с привязкой к мировой цене, а также снижена ЭТП на мазут до 30 долл. за тонну.

Будет продолжена работа по совершенствованию акцизной политики и повышению конкурентоспособности налогового законодательства Республики Казахстан в условиях Евразийского экономического союза и вступления Казахстана в ВТО.

Продолжится работа по переходу к всеобщему декларированию доходов и имущества гражданами Республики Казахстан и лицами, имеющими вид на жительство.

Инвестиционная политика Казахстана направлена на обеспечение благоприятного инвестиционного климата.

Привлечение инвестиций будет осуществляться на условиях трансфера технологий и создания высокотехнологичных производств, что требует обеспечения наиболее конкурентных условий для инвестиционной деятельности и ведения бизнеса.

Активизация работы по привлечению инвестиций в экономику страны будет осуществляться в рамках Детального плана, предусматривающий меры по улучшению инвестиционного климата в соответствии со стандартами ОЭСР.

Продолжится работа по сотрудничеству с международными финансовыми организациями в рамках привлечения инвестиций в экономику и развитие государственно-частного партнерства (ГЧП).

Для дальнейшего развития ГЧП и расширения механизмов применения ГЧП и частных инвестиций будет реализован План мероприятий по реализации проектов ГЧП по отраслям и регионам на 2016 – 2018 годы.

В целях увеличения инновационной активности предполагается увеличение внутренних затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки с 0,2% до 3% от ВВП.

Построение наукоемкой экономики будет достигаться через повышение конкурентоспособности добывающей и обрабатывающей промышленности, расширение сектора услуг, а также последовательное развитие новых высокотехнологичных сфер производства. При этом основной упор предполагается направить на ускоренное развитие обрабатывающей промышленности.

Развитие финансового сектора страны зависит от определения его места и роли в экономике страны с учетом потребностей общества и государства.

При этом целевые установки перед финансовым сектором каждого отдельного экономического агента не должны доминировать. В противном случае возникают условия для роста неэффективности системы и увеличения системных рисков.

Финансовый сектор должен быть способен предоставлять достаточный объем ресурсов по приемлемой цене для финансирования приоритетных отраслей экономики в рамках программ экономического развития. Для потребителей (юридических и физических лиц) важным является удовлетворенность качеством, объемом, стоимостью и перечнем услуг, оказываемых финансовой системой, независимо от фаз экономического цикла. Перед самими финансовыми организациями стоит цель увеличения текущей стоимости бизнеса, максимизации его прибыльности, прежде всего, за счет роста объема услуг от основной деятельности при управляемых рисках и структуре затрат.

Общей целью является формирование финансового сектора, максимально эффективно осуществляющего свою функцию финансового посредника. Направления развития финансового сектора также должны учитывать изменения, происходящие в глобальном масштабе. На фоне усиления интеграционных процессов разрабатываются согласованные унифицированные подходы к регулированию национальных финансовых рынков.

Список литературы:

1. Ежегодное Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана
2. Основные направления денежно-кредитной политики Республики Казахстан на 2016 год
3. Концепция развития финансового сектора Республики Казахстан до 2030 года. Утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 27 августа 2014 года №954
4. Прогноз социально-экономического развития Республики Казахстан на 2016-2020 годы
5. Интернет-источники: www.akorda.kz; www.governmnt.kz; www.minfin.kz; www.nationalbank.kz; www.minplan.kz; www.afn.kz; www.stat.kz

ҚАРЖЫЛЫҚ АРХИТЕКТУРАНЫ ЖЕТІЛДІРУДЕ ҚАРЖЫ НАРЫҒЫН РЕТТЕУДІҢ БАҒЫТТАРЫ

Б.М. Алиева, Г.Р. Даулиева, М.Ж. Дарibaева
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Қазақстан Республикасында бүгінде мемлекеттік қаржылардың қоғам мұқтаждықтары мен мемлекеттің өзіне тән әр алуан қызметін қаржыландыру, экономикалық қатынастарды түрлендіру, қаржы жүйесін нарықтық жағдайларға бейімдеу және инвестициялық белсенділікті ынталандыру, сондай-ақ әлеуметтік мәселелерді шешу, экономикалық тұрақтылықты және қауіпсіздікті қамтамасыз ету барысында атқаратын рөлі мен маңызы күн санап күшейе түсуде. Демек, мемлекет тарапынан ақша қаражаттарын шоғырландыру және ақшалай қорларды қалыптастыру, сондай-ақ қаржылық ресурстарды бөлу барысында пайдаланылатын мемлекеттік қаржылар мемлекеттің нарықтық өркендеуінің және егемендігінің экономикалық атрибуты болып танылады [1, б.3].

Қаржы рыногы - қаржылық қызмет көрсету мен тұтынуға, сондай-ақ қаржы құралдарының шығарылуына және айналысына байланысты қатынастардың жиынтығы болып табылады [2, б.1].

Бүгінде мемлекеттік қаржылар саласындағы басқару мемлекеттік қаржыларға байланысты өзекті мәселелерді шешу және алға қойылатын мақсатты орындауда күтілетін нәтижелерге қол жеткізу үшін

қаржылық тегікті ынталандыру тәсілдері мен басқа да жолдарын және санкцияларын қолдану арқылы мемлекеттің қаржылық қызметінің аясындағы барлық субъектілердің, сондай-ақ қарамағында мемлекеттің ақша қаражаттары бар уәкілетті органдардың мінез-құлықтарына, әрі іс-қимылдарына жоспарланған және бағдарланған негізде реттеуші-ұйымдастырушы ықпал ету міндетін алға қойылғаны белгілі [1, б.9].

Жалпы мемлекетпен қаржы ресурстарын басқаруда мемлекет бюджет табыстарын сенімді және тұрақты нормативтік негізде қалыптастыру қажет. Индустриалды немесе аграрлы бағыттағы аумақтардан табыстарды жаңа меңгеріліп келе жатқан аумақтарға аудару кезінде әлеуметтік-экономикалық даму деңгейі әр түрлі облыстар, топтар арасында салықтық бөлулердің дифференциясы болу керек. Бұл Республика экономикасының қаржылық экономикалық баланстан болуынан жергілікті орган және мемлекеттік бюджет қатынастарын ғылыми негізде нормативтік базаға ауыстыруға негізделген.

Қазақстан Республикасының қаржы нарығы мен қаржы ұйымдарының қызметтерін реттеп, бақылап, қадағалайтын бірден бір уәкілетті орган – Қазақстан Республикасының Ұлттық банкінің Қаржы нарығы мен қаржы ұйымдарын реттейтін Комитет саналады.

Қаржы нарығы мен қаржылық ұйымдарды мемлекеттік реттеу мен қадағалауға бағытталған қызмет осы саладағы қоғамдық қатынастарды реттейді және Қазақстан Республикасы қаржы жүйесінің тұрақтылығын арттыру мен қаржылық қызмет көрсетуді тұтынушылардың құқықтары мен заңды мүдделерінің бұзылуына жол бермеу жөнінде жағдайлар жасауға бағытталған.

Қаржы нарығы мен қаржылық ұйымдарды мемлекеттік реттеудің және қадағалаудың мақсаттары:

1) қаржы нарығы мен қаржылық ұйымдардың қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету және тұтастай алғанда қаржы жүйесіне деген сенімді қолдау;

2) қаржылық қызмет көрсетуді тұтынушылардың мүдделерін қорғаудың тиісті деңгейін қамтамасыз ету;

3) қаржы нарығында адал бәсекені қолдауға бағытталған қаржылық ұйымдардың қызметі үшін тең құқықтық жағдайлар жасау болып табылады.

Қаржы нарығы мен қаржылық ұйымдарды мемлекеттік реттеудің және қадағалаудың принциптері:

- ресурстар мен реттеу құралдарын тиімді пайдалану;

- қаржылық ұйымдар мен қаржылық қадағалау қызметінің айқындығы;

- тәуекелдерді бағалауға негізделген қаржылық ұйымдарды басқаруды ынталандыру;

- жаңа қаржы құралдарын және қызмет көрсетуді дамытуды қолдау арқылы қаржылық қызмет көрсетуді тұтынушылар мүдделерінің қорғалуын қамтамасыз ету жөніндегі шаралардың кешенділігі, сондай-ақ қаржы нарығына қазіргі заманғы технологияны енгізу;

- қаржылық ұйым органдарының жауапкершілігі болып табылады.

Қаржы нарығы мен қаржылық ұйымдарды мемлекеттік реттеудің және қадағалаудың міндеттері:

- қаржылық ұйымдар қызметінің стандарттарын белгілеу, қаржылық ұйымдарды корпоративтік басқаруды жақсарту үшін ынталандыру жағдайларын жасау;

- қаржы жүйесіндегі тұрақтылықты сақтау мақсатында қаржы нарығы мен қаржылық ұйымдардың мониторингі;

- қаржылық тұрақтылықты қолдау мақсатында қаржы нарығының қауіпке неғұрлым бейім салаларында қадағалау ресурстарын шоғырландыру;

- қазіргі заманғы технологияларды енгізуді ынталандыру, қаржылық ұйымдардың қызметі және олар көрсететін қаржылық қызметтер көрсету туралы ақпараттың тұтынушылар үшін толымдылығын және қолжетімділігін қамтамасыз ету болып табылады.

Уәкілетті органның қаржылық ұйымдар үшін олардың қаржы тұрақтылығын және қаржылық қызмет көрсетуді тұтынушылар мүдделерін қорғауды қамтамасыз ету мақсатында белгілейтін экономикалық шектеулер пруденциялық нормативтер болып табылады.

Қазіргі таңда қаржыны өз мақсатында және тиімді пайдалану үшін мониторинг жүргізу және бақылау жасау шараларын нығайту үстінде. Дағдарыс жағдайында осыған байланысты әсіресе, жұмыс орындарын сақтау, орынсыз жұмыстан қысқартуға жол бермеу және жаңа жұмыс орындарын ұйымдастыру басты бағыт болып табылса, екіншіден, басым бағыт макроэкономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету болып табылады. Міне, осындай жағдайда әлеуметтік шығындардың бір теңгесінің де төмендемеуіне қол жеткізу керек.

Республикалық және жергілікті бюджет ресурстарының орындалуын бақылау жүйесін дамытудағы бағыттары – республикалық және жергілікті бюджет құралдарын тиімді, мақсатты қолдануға және де республикалық, коммуналдық меншіктегі мүліктерді тиімді қолдануға алдын-ала, ағымдық және кейінгі бақылау жүргізуді одан әрі нығайту мен жетілдіруді де талап етеді [7, б.89].

Мемлекеттік қаржылық басқарудың басты мақсатына мемлекеттің қаржы жүйесінің тұрақтылығын қамтамасыз етуге қол жеткізу жатады. Демек, мемлекеттік қаржылық реттеу барысында мемлекеттің қаржы жүйесінің барлық буындарының кіріс базалары жоспарланған көлемдегі ақша қаражаттарымен қамтамасыз етіледі. Мемлекеттік қаржылық реттеу мемлекеттің қаржы жүйесінің тиісінше жұмыс істеуін, сондай-ақ оның құрылымдық бөліктерінің өзара қарым-қатынастарын айтарлықтай деңгейде қамтамасыз ету мақсатында қаржы жүйесіне ұйымдастыру сипатында және бағытталған түрде қаржылық-экономикалық ықпал ету мемлекеттік қаржылық басқару болып табылады.

Қазіргі таңда мемлекеттік қаржылық бақылаудың негізгі міндеттері келесілер болып табылады:

- қаржылық құқықтың сақталуын қамтамасыз ету;
- қаржы жүйесінің барлық буындарының ұтымды жұмыс істеуін қамтамасыз ету;
- ақша жүйесінің, соның ішінде ұлттық валюталық жүйенің тиісінше жұмыс істеуін қамтамасыз ету;
- қаржылық ресурстарға деген қажеттілік пен қолда бар мемлекеттік ақша қаражаттары қорлары мөлшерінің арасын теңдестіру;
- міндетті субъектілердің мемлекет алдындағы өз қаржылық міндеттемелерін толығымен және уақытылы орындалуын қамтамасыз ету;
- мемлекеттің қаржылық ресурстарын мақсатқа сай пайдалануын қамтамасыз ету.

Қазақстанда мемлекетпен қаржылық реттеуді жүзеге асыру, мемлекеттің қаржылық ресурстарын орталықтандыру, мемлекеттік ақшалай қорлардың түрлері мен пайдаланылу бағыттарын айқындау, республикалық бюджеттің кірісі мен шығысын бөлу және т.б. мемлекеттің қаржы жүйесі мен оның әрбір буынына олардың тиісінше жұмыс істеулерін қамтамасыз ету мақсатында ықпал ететін заң жүзінде рәсімделінген жүйе мемлекеттік қаржылық реттеу арқылы жүзеге асырылады.

Жалпы мемлекетпен қаржылық реттеуінің басты мақсаты қаржы жүйесінің тұрақтылығын қамтамасыз етуге қол жеткізу жатады. Демек, мемлекеттік қаржылық реттеу барысында мемлекеттің қаржы жүйесінің барлық буындарының кіріс базалары жоспарланған көлемдегі ақша қаражаттарымен қамтамасыз етіледі. Мемлекеттік қаржылық реттеу мына түрде жүзеге асырылу керек:

- мемлекеттің қаржы жүйесінің құрамын және экономикалық негізін қалыптастыру;
- мемлекеттің қаржы жүйесін құрайтын ақшалай қорлардың түрлері мен мақсатты бағыттарын айқындау;
- мемлекеттің кірістері мен шығыстарын қаржы жүйесінің нақты буындары арасында бөлу;
- бағаларды және мемлекеттің инвестициялық қызметін қаржылық реттеу;
- мемлекеттік қаржылық жоспарлау негізінде республикалық бюджеттің негізгі басымдықтарын айқындауға және есептеуге қажетті база ретінде әлеуметтік-экономикалық дамудың макроэкономикалық көрсеткіштерін болжамдау;
- мемлекеттің қаржы жүйесінің құрамына кіретін ақшалай қорлардың қаражаттарын қалыптастыруды және бөлуді жоспарлау;
- мемлекеттің қаржы жүйесінің ресурстарын жұмсау басымдықтарын айқындау және қоғамдық мемлекеттік маңызы бар ақша қаражаттарын пайдалану аясында мемлекеттік қаржылық бақылауды жүзеге асыру;
- бюджеттік жүйенің кіріс базасын бюджеттік реттеу;
- республикалық және жергілікті бюджеттердің кіріс және шығыс бөліктерін теңдестіру.

Мемлекеттік қаржылық реттеу мемлекеттің қаржы жүйесінің тиісінше жұмыс істеуін, сондай-ақ оның құрылымдық бөліктерінің өзара қарым-қатынастарын айтарлықтай деңгейде қамтамасыз ету мақсатында қаржы жүйесіне ұйымдастыру сипатында және бағытталған түрде қаржылық-экономикалық ықпал ету мемлекеттік қаржылық басқару арқылы іске асырылады.

Қорытындылай келе, келешекте қаржы жүйесінің тұрақтылығын қалыптастыру мақсатында мемлекеттік қаржылар саласындағы басқару мынаны қамтамасыз ету қажет:

- қаржы жүйесінің тұрақтылығын қамтамасыз ету;
- мемлекеттік қаржыларды теңдестіруге ықпал жасау;
- экономиканы қаржылық реттеуге өз үлесін қосу;
- мемлекеттік инвестициялық-қаржылық кешеннің тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету;
- қаржы жүйесінің халықаралық стандарттарға өтуіне жағдай жасау;
- қаржы жүйесінің қаржылық заңнамасын жетілдіру;
- мемлекеттік кәсіпорындардың қаржылық орнықтылығын қамтамасыз ету;
- бюджеттен тыс мемлекеттік мақсатты ақшалай қорлардың қалыптастырылуын және жұмсалуды қамтамасыз етеді.

Әдебиеттер тізімі:

1. Б.С.Мырзалиев, Ө.Қ.Шеденов. Мемлекеттік қаржылық басқару. – Түркістан, 2013 – 36.
2. Қазақстан Республикасының «Қаржы нарығы мен қаржы ұйымдарын мемлекеттік реттеу, бақылау және қадағалау туралы» 2003 жыл 4 шілде N 474 Заңы.- 1 бап, 3 тармақ.
3. Типовая презентация Президента KASE Дамитова К.К. на 01 января 2013 года. www.kase.kz - http://www.kase.kz/files/presentations/ru/13_01_01_KASE_ru.pdf
4. Қазақстан Республикасы Ұлттық банкінің инфляцияға шолуы. 2013 жылғы 4 тоқсан. http://www.nationalbank.kz/cont/publish315140_10100.pdf - 7 б.
5. Қазақстан Республикасы Ұлттық банкінің №29 баспасөз релизі http://www.nationalbank.kz/cont/publish816014_8602.pdf - 1 б.
6. Статистический ежегодник. «Казахстан в 2013 году- предварительные данные». – Астана, 2014.-С.6 - <http://stat.kz/publishing/20131/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%B7%D0%B0%202012%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4.pdf>
7. Өтебаев Б.С, Мемлекеттік бюджет: Оқулық. – Алматы:Экономика. 2006ж

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БАНК СЕКТОРЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ТАҢДАҒЫ ДАМУ ЖАҒДАЙЫ

Ахметова Г.И. – э.ғ.к.

Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік мемлекеттік университеті, Қазақстан

Банк секторы - бүкіл қаржы жүйесінің ахуалын сипаттайтын қаржы нарығының ірі сегменттерінің бірі. Банк жүйесі банк ісінде де, сонымен қатар экономика жүйесінде де маңызды орын алатыны анық.

ҚР Президенті жыл сайынғы халыққа жолдауларында банк секторының бәсекелестік қабілеттігі мен тұрақтылығын арттыру міндетін белгілей отырып, банктерге мемлекеттік қолдаудың біржақты бола алмайтындығын, яғни тәуекелдердің өздеріне тиесілі бөлігін алуға тиістігін, сондай-ақ банктердің акционерлері өздерін дамыту үшін қосымша ресурстар тартқысы келмесе немесе оған қабілетсіз болса, ондай кезде мемлекет қажетті шаралар қолдануға дайын болу керектігі айтылды [1].

Соңғы уақыттағы дағдарысқа байланысты қазақстандық ірі банктеріміздің сырттан қарыз алуға мүмкіндіктері шектелді, сөйтіп дәл осы уақыттары қайтару мерзімі жеткен сыртқы қарыздарды қайтаруда олардың өтімділігіне қатысты мәселелер орын алды. Нәтижесінде кейбір халықаралық рейтингтік агенттіктер тарапынан еліміздің ірі компанияларымен қоса ірі банктерінің рейтингтерінің төмендеуі, олардың әлемдік нарықтардағы акцияларының құндарының төмендеуіне жол берді. Жалпы қазақстандық банктік тәжірибеде орын алған өтімділік дағдарысы, өз кезегінде банк жүйесін басқарудың әлсіздігін, тиімсіздігін дәлелдейді.

Дегенмен Қазақстанның банктік секторының 2012 жылдың басы мен 2016 жылдың басы аралығындағы экономикадағы рөлін талдаудан коммерциялық банктердің экономиканың өсуін қамтамасыз етуге тигізген ықпалын көреміз.

Кесте 1. Қазақстан банк секторының экономикадағы рөлі

Көрсеткіштің атауы / күні	01.01.12	01.01.13	01.01.14	01.01.15	01.01.16
ЖІӨ млрд. теңге	28 952,2	30347	34291	39040	41308
Активтердің ЖІӨ-ге қатынасы, %	44,3	45,7	45,1	46,3	57,6
Несие портфелінің ЖІӨ-ге қатынасы, %	36,2	38,4	38,9	36,8	37,7
Клиенттер салымдарының ЖІӨ-ге қатынасы, %	26,9	28,1	28,7	27,5	37,8

Мәлімет көзі: ҚРҰБ

Жыл ішінде жалпы активтердің үлесі өсіп отыр. 2012 жылдың басында банктік сектордың активтерінің ЖІӨ-гі үлесі 44,3 %-ды құраса, бұл көрсеткіш 01.01.2016 ж. 57,6%-ға өскен. Дәл осы аралықта, әсіресе ағымдағы жылдың басында несиелік қоржынның, клиенттер салымдарының үлестерінің жоғарлағаны байқалады (Кесте 1).

2 Кестеден көріп отырғанымыздай 2016 жылғы 1 қаңтарындағы жағдай бойынша екінші деңгейдегі банктердің саны 35. Алдыңғы жылмен салыстырғанда бан санының азаюы, ол еліміздегі банктердің қосылуымен байланысты. Яғни БТА банк АҚ-ның "КАЗКОММЕРЦБАНК" АҚ-на бірігуі және Альянс пен Темір банк АҚ-ның "Forte Bank" АҚ-на бірігуі. Нәтижесінде банк саны қысқарды. Оның ішінде жарғылық капиталда мемлекеттің 100% қатысуы бар банктердің саны біреу ғана, яғни ол «Қазақстанның Тұрғын үй құрылыс жинақ банкі» АҚ болып табылады. Сонымен қатар олардың ішіндегі 16 банк шетелдік қатысумен, оның ішінде 14 еншілес банк (Кесте 2).

Кесте 2. Қазақстан Республикасының банк секторының құрылымы

Банк секторының құрылымы	01.01.14	01.01.15	01.01.16
Екінші деңгейдегі банктердің саны, оның ішінде:	38	38	35
жарғылық капиталда мемлекеттің 100% қатысуы бар банктер	1	1	1
Екінші деңгейдегі банктердің филиалдар саны	378	395	346
Екінші деңгейдегі банктердің шетелдердегі өкілдіктерінің саны	17	16	16

ЕСКЕРТУ - www.national.kz мәліметтері негізінде автор әзірлеген.

Атап өту керек, Қазақстандық банктердің бәсекеқабілеттілігіне қомақты үлесті шетелдік банктердің отандық банк жүйесіне қатысуы қосып отыр. Өйткені шетелдік банктер, өз елінде орналасқан бас банктерінің инновациялық технологияларды және бизнес процестердің реинженирингі саласында инновациялық ақпарат алмасу мүмкіндігіне ие. Осыдан басқа, бұл банктер қорланудың неғұрлым арзан көздерін иемденеді (өз елдеріндегі бас банктері арқылы) және сәйкесінше, Қазақстан нарығында несиелік өнімдер бағасының төмендеуіне қарай қысым жасайды.

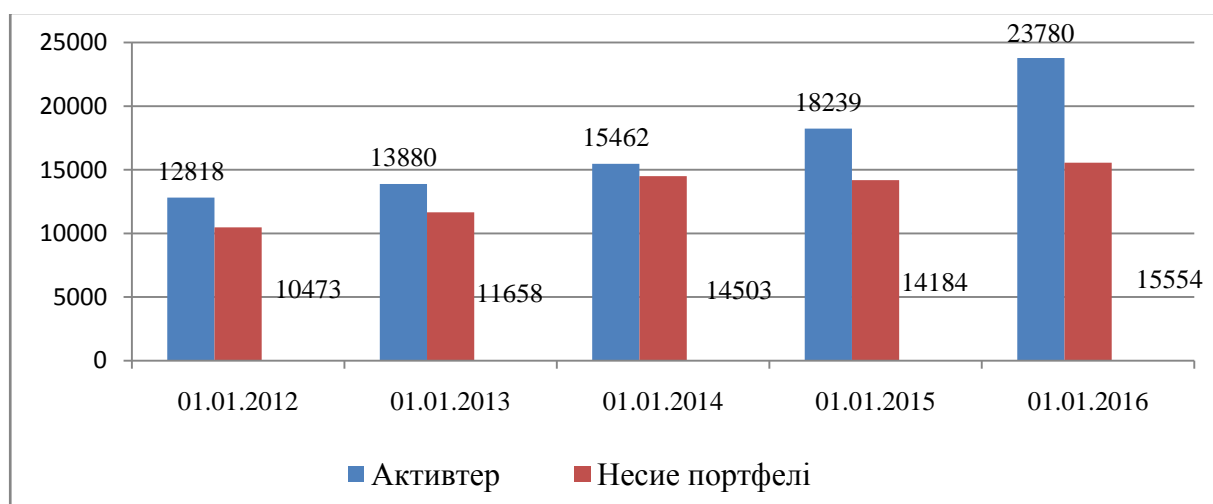


Диаграмма 1. ҚР банк секторының активтері мен несие портфелінің динамикасы, млрд.тг

ЕСКЕРТУ - ҚРҰБ-нің банк секторының ағымдағы жағдайы туралы жылдық есептерінің мәліметтері негізінде автор құрастырған

ҚР банк секторының активтері мен несие портфелінің динамикасын қарастырсақ, банк активтері. 2013 жылы 2012 жылдың 1 қаңтарына қарағанда активтер 13880 млрд.тг құрап, 1062,1-ге яғни 7,7%-ке өсті. ҚР екінші деңгейдегі банктерінің активтері 2015 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 18 239 млрд. теңге (2014 жылдың басында – 15 462 млрд. теңге), 2014 жылдың ішінде өсу –18,0% болды. Ал ағымдағы жылдың басында банк активтері 23780 млрд.теңгені құрап отыр, ол 5 жыл ішінде 85,5%-ға өскендігін көрсетті. Ал 2016 жылы несие портфелінің соммасы 15554 млрд.теңгені құрап, бес жыл ішінде 48,5%-ға өскенін байқадық. Сонымен қатар осы жылдың басында несие портфелінің активтер құрылымындағы үлесі 65,4%-ды құрады (Диаграмма 1).

Несие портфелінің активтер құрылымындағы үлесі жалпы жоғары деңгейді құрайды. Оның негізін біз төмендегі диаграммдан көре аламыз. Ең жоғары үлесті 2014 жылдың басында болған, яғни несие жиынтық активтердің 93,8%-ын құраған. Алайда одан кейін төмендеу байқалады. Себебі 2015 жылдың басында үлесі 16,1%-ға азайып, 77,7% үлесін құраса, ағымдағы жылдың басында 65,4% құрап отыр. Бұл банктердің жиынтық активтерінің құрылымындағы өзгеріс болып жатқанын байқатты (Диаграмма 2).

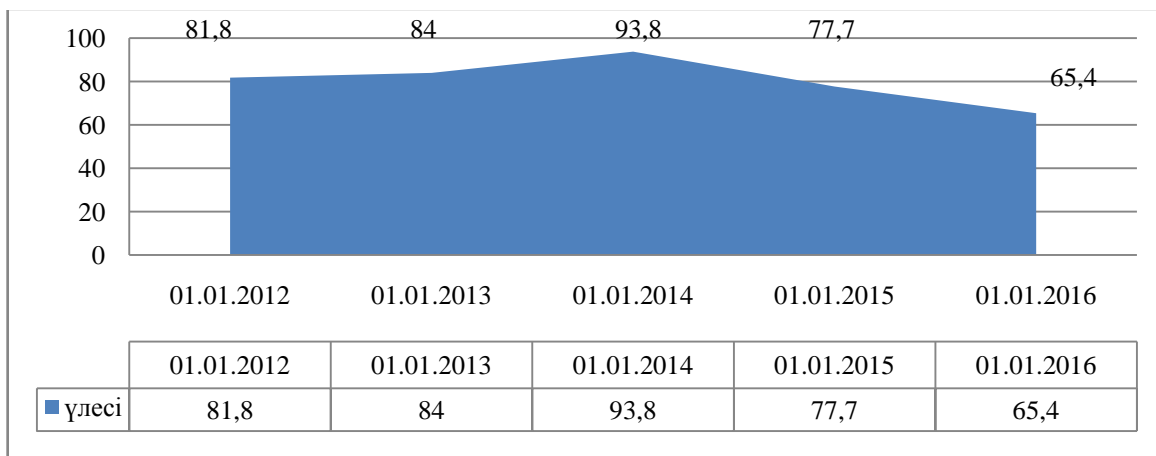


Диаграмма 2. Банктердің активтеріндегі несиелер портфелі үлесінің динамикасы,%
 ЕСКЕРТУ - 1 диаграмманың негізінде автор есептеп құрастырған.

Несие портфелінің сапасына көңіл аударсақ. Жалпы еліміздегі ЕДБ-дің несиелер портфелінің сапасын өз уақытында қайтарылған қарыздар мен және 1 -90 күнге дейінгі уақытта қайтарылмаған қарыздармен және 90 күннен астам мерзімі өткен берешегі бар қарыздармен анықтай аламыз. Ағымдағы жылдың басында несиелер портфелінің құрылымы келесімен сипатталады, мұндағы стандартты несиелердің үлесі - 86,4%, күмәнді несиелер - 5,6%, үмітсіз несиелер - 8,0% (Диаграмма 3).

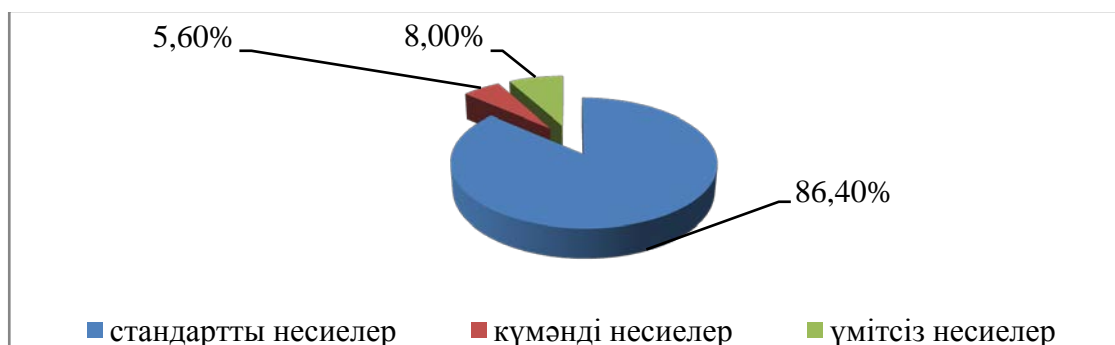


Диаграмма 3. Банктердің несиелер портфелінің құрылымы, 01.01.2016ж.

ЕСКЕРТУ - ҚРҰБ-нің банк секторының ағымдағы жағдайы туралы жылдық есебінің мәліметтері негізінде автор есептеп, құрастырған.

2012 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша екінші деңгейдегі несиелер портфелі сапасының құрылымындағы стандарттылар үлесі 66,5% құрап, ағымдағы жылдың басында бұл көрсеткіштің құрылымдағы үлесі өсіп 86,3%-ды құрады. 2013 жылдың 1 қаңтарында бұл көрсеткіш 66,9% көрсетсе, жыл ішінде яғни, 2014 жылдың басында 12,2%-ға өсіп 8746 млрд. теңгені құрады. Ал 2015 жылы 2014 жылмен салыстырғанда стандартты несиелер соммасы 1513 млрд. теңгеге артып, 10259 млрд.теңгені құрады, ал 2016 жылы бұл 31%-ға артып 13437 млрд.теңгені құрады. Сонымен қатар ол несиелер портфелінің сапасын анықтау барысында жоғары үлесті 86,3% құрап отырғанын байқадық.

Күмәнді несиелерге келер болсақ, 2012 жылы 1 қаңтардағы жағдай 53,6% үлесін құрады, яғни 5610 млрд. теңге құраса, 2013 жылы бұл көрсеткіш 389 млрд. теңгеге дейін азайып, несиелер портфелінде 3,3% үлесін құрады. Бұл банктердің күмәнді несиелермен жұмыс жасау нәтижесін көрсетті. Ал 2014 жылы бұл көрсеткіш 5 еседей соммаға артып мерзімділігі бойынша қарыздар соммасының өскендігін көрсетіп, 1599 млрд.теңгені құрады. 2015 жылы бұл несиелердің көлемі азайып, 2016 жылдың басында қайтадан өсіп отыр.

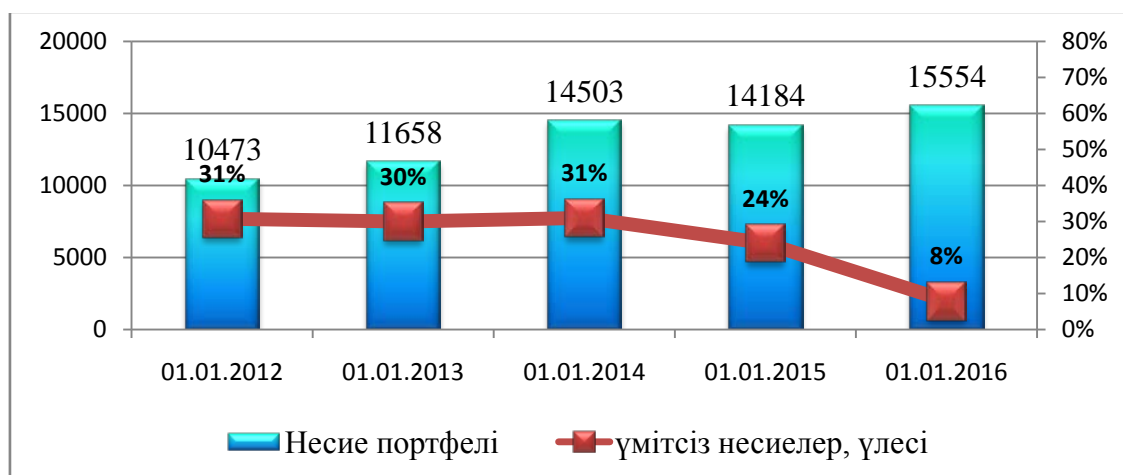


Диаграмма 4 Үмітсіз несиелердің несиелер портфеліндегі үлесі

ЕСКЕРТУ - ҚРҰБ-нің банк секторының ағымдағы жағдайы туралы жылдық есебінің мәліметтері негізінде автор есептеп, құрастырған.

Ал, үмітсіз несиелердің несиелер портфелінің құрамындағы жылдық өзгеру динамикасына көз жүгіртсек, олардың соңғы 2 жылда төмендеп келе жатқанын байқадық. 2012 ж - 2014 ж. олардың үлесі 30-31% құраса, 2015 жылдың басында ол 7%-ға азайып 24% құрады, ал ағымдағы жылдың басында ол 8%-ды құрап азайып отыр. Бұл әрине жақсы көрсеткіш, себебі үмітсіз несиелердің көп болуы ол банктердің несиелік операцияларының, қызметтерінің нәтижесін төмен екенін көрсетеді (Диаграмма 4).

Қаржылық қиыншылықтарға қарамастан, Қазақстанның ірі банктері нарықта бұрынғыдай басымдылық көрсетіп отыр. Бұл, ең алдымен, мемлекет немесе басқа да қаржылық өндірістік топтар түріндегі бас акционерлердің қаржылық қолдау көрсетумен тығыз байланысты.

Алайда елдегі макроэкономикалық ахуалдың қазіргі кезде жақсарғанына қарамастан, бұрынғы қалпына келтіру баяу жүретін болады. Ел Президенті өз Жолдауларында экономиканы жаһандық қалпына келтіруге және оның сыртқы тегеурінді талаптарға тұрақтылығын арттыруға дайындау үшін қаржы жүйесінің орнықты және тұрақты жұмысын қамтамасыз ету маңыздылығын айтты.

Отандық қаржы жүйесіндегі реттеу дағдарыстан кейінгі тегеурінді талаптарға және қатерлерге барабар жауап беруге тиіс, оның міндеттемелерінің жиынтық мөлшерінде банк секторының сыртқы міндеттемелеріндегі үлесінің төмендеуін қамтамасыз етуге тиіс. Бұл ретте сыртқы қарыз алулардың негізгі бөлігі тиімді және бәсекеге қабілетті өндіріс құруға көзделуге тиісті. Сонымен қатар банктердің тек банктік қызметпен айналысулары және олардың қызметтерінің соңына дейін айқын болуы шарт және басқарудың жаңа инновациялық әдістерін пайдалану - бұл олардың қызметінің нәтижесін көрсетіп ел экономиксын тұрақты және сапалы өсім жолына шығаруда үлкен үлес қосатыны шындыр еді, нәтижесінде банк жүйесі дағдарыс жағдайында өзінің тұрақтылығын көрсете білетініне сеніммен айтар едік.

Әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2008 жылғы 16 ақпан.
2. <http://www.nationalbank.kz/> Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің ресми интернет ресурсы
3. ҚРҰБ – статистикалық бюллетені, 2015ж.

ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ СТРУКТУРНОЙ ЭКОНОМИКИ В РАМКАХ АНТИКРИЗИСНОЙ ПОЛИТИКИ РК

Ермекова Ж.Ж. – к.э.н., преподаватель

Казахский Национальный Университет имени аль-Фараби

В сложившейся ситуации особую актуальность приобретает обсуждение роли государства во время кризиса, в частности, различных подходов и возможных последствий усиления участия государства в бизнесе во время кризиса.

Антикризисная политика, или борьба с кризисом, не сразу приобрела масштабы, соответствующие его глубине. Первоначальной реакцией со стороны развитых стран было

стремление затормозить его распространение. Сначала были предприняты агрессивные меры по стимулированию банковской системы. Основное внимание уделялось решению двух групп проблем: во-первых, не допустить развала кредитной системы, то есть спасти финансовые институты; во-вторых, предотвратить или хотя бы ослабить рецессию, избежать глубокого спада производства.

Обычно рассматриваются четыре сферы воздействия антикризисной политики властей: спасение банковской системы; меры денежно-кредитной политики; поддержка реального сектора; поддержка населения. В банковской сфере антикризисные меры включают рекапитализацию банков, предоставление стабилизационных кредитов, реструктуризацию банковской системы, содействие объединению банков или их национализации. Меры по поддержке реального сектора направлены на поддержку отраслей, ориентированных на внутренний спрос и обеспечивающих внутреннюю занятость, поддержку малого и среднего бизнеса, создание специальных бюджетных фондов, увеличение государственных заимствований. Меры по поддержке населения сводятся к повышению сумм гарантий по вкладам, разработке программ переобучения и адаптации безработных, национализации пенсионных фондов, увеличению инвестиций в образование. В сфере денежно-кредитной политики наблюдается переход от антиинфляционной к стимулирующей политике путем снижения процентных ставок большинством стран из опасения дефляции и, наоборот, путем повышения процентных ставок, снижения курса национальной валюты, снижения норм резервирования, прямого кредитования центральными банками государственных бюджетов.

В рамках Послания Президента РК Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие», озвученного 30 ноября 2015 года, был разработан проект Антикризисного плана действий Правительства и Национального Банка по обеспечению экономической и социальной стабильности на 2016-2018 годы».

Антикризисный план включает меры по углублению реформ в рамках Плана нации «100 конкретных шагов», исполнению поручений Главы государства, данных на расширенном заседании Правительства 18 ноября 2015 года, переходящие мероприятия планов оперативных мер на 2015-2016 годы и «особого периода», а также по дедолларизации экономики. Данный план состоит из 2-х разделов: это формирование новой структурной экономики, в рамках 5 основных направлений, определенных Главой государства в Послании народу Казахстана 30 ноября 2015 года; и оперативные меры по стимулированию роста и кредитованию экономики. Для формирования новой структурной экономики в стране планируется стабилизация финансового сектора. При этом, в среднесрочной перспективе основной задачей Национального банка РК и Правительства является снижение инфляции до 6-8% в 2016-2017 годах, 5-7% в 2018 году, 4-6% в 2019 году и 3-4% в 2020 году.

Так для формирования новой структурной экономики будут реализованы мероприятия по следующим приоритетным направлениям:

- Стабилизация финансового сектора
- Оптимизация бюджетной политики
- Приватизация и стимулирование экономической конкуренции
- Основы новой инвестиционной политики
- Новая социальная политика

Структурные изменения в экономике могут иметь стихийный характер, а могут быть регулируемы со стороны государства в ходе осуществления структурной политики, являющейся составной частью макроэкономической политики. Основными методами государственной структурной политики являются государственные целевые программы, государственные инвестиции, закупки и субсидии, различные налоговые льготы отдельным предприятиям, регионам или группам отраслей.

Осуществление структурной перестройки экономики обеспечивает сбалансированность народного хозяйства, является основой устойчивого и эффективного экономического роста, и развития.

В среднесрочной перспективе основной задачей Национального Банка и Правительства является снижение инфляции до 6-8% в 2016-2017 годах, 5-7% в 2018 году, 4-6% в 2019 году и 3-4% в 2020 году. В апреле 2016 года будет внедрен механизм гибкого изменения базовой процентной ставки, который будет ориентирован на обеспечение стабильности цен и снижение уровня инфляции. По результатам стресс-тестирования всех субъектов банковского сектора на предмет неработающих кредитов до сентября 2016 года будут приняты меры по их признанию и списанию

Постепенно будут внедряться ряд международных стандартов, в том числе по надзорной надбавке для банков с высоким уровнем рисков и/или неудовлетворительным риск-менеджментом, по ликвидности: коэффициентов покрытия ликвидности и чистого стабильного фондирования, по нормативам достаточности капитала, а также требования об указании в рекламе, содержащей

информацию о стоимости продаваемых на территории РК товаров и услуг, цен на товары и услуги только в национальной валюте.

Таким образом, механизм построения новой структурной экономики определяют, как совокупность форм, методов и инструментов, посредством которых государственные и созданные при их участии органы осуществляют управленческое воздействие на процессы функционирования и развития социально-экономической системы.

К основным функциям государственного регулирования относятся: установление правовых норм организации предпринимательской деятельности и контроль их соблюдения, создание благоприятных возможностей для развития отдельных секторов и отраслей экономики, введение налогов и пошлин с целью перераспределения финансовых потоков, стабилизация общественного воспроизводства.

В государственной антикризисной деятельности можно выделить следующие направления: антициклическая, антимонополия, бюджетно-налоговая, дефляционная денежно-кредитная, инвестиционная, структурная, социальная, экологическая политики, государственное регулирование внешнеэкономической деятельности и др.

Особенная роль антикризисной деятельности государства как регулятора заключается в том, что оно ответственно не только за функционирование собственного государственного сектора, но и экономики в целом.

Список литературы:

1. Антикризисный план действий Правительства и Национального Банка по обеспечению экономической и социальной стабильности на 2016-2018 годы
2. Общенациональный план мероприятий по исполнению Послания Президента РК Назарбаева Н.А. народу Казахстана «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие»,
3. План нации «100 конкретных шагов»
4. Ушанов П.В. Антикризисное управление как новая парадигма управления // Эффективное антикризисное управление. - 2010. - № 4. - С. 8-12.

ҚАРЖЫЛЫҚ АРХИТЕКТУРАНЫ ЖЕТІЛДІРУДЕГІ БАНКТІК БАСҚАРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Супугалиева Г.И. – аға оқытушысы,
Тұрлыбекова А.Ж. – аға оқытушысы
Кукиев А.Ж. – аға оқытушысы
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Дүниежүзілік қаржылық архитектураның трансформациясы мәселелері кезең сайын пайда болады, алайда өзектіліктің айрықша дәрежесі қаржылық дағдарыстың кезінде көрінеді. Қазіргі жаһандану кезінде оның модернизациясының бағыты мен перспективасы дүниежүзілік институционалдық өзгерістердің көзқарасымен өзекті мәселе болып отыр.

Қазіргі әлемдік қаржы дағдарысы Қазақстан экономикасында қаржы жүйесінің қаржылық институттарының жеткілікті дамымағандығын және экономикалық саясатта маңызды тетіктердің ескерілмегендігін көрсетті. Бірақ та, егер ұлттық қаржы-экономикалық қауіпсіздікке жету мақсатында банктік жүйені дағдарысқа қарсы жүйелі түрде ұйымдастыру арқылы Қазақстан экономикалық өсуге қол жеткізе алады. Ол үшін келесідей іс-шараларды қолға алу қажет:

- банктік жүйенің ішінде капиталды тиімді бөлуді ұйымдастыру;
- экономикалық өсудің циклдығын ескере отырып, банктік тәуекелдерді басқарудың стандарттарын құру;
- банктік сектордың қайта капитализациялау мен қазақстандық банктердің сыртқы борыштарын азайту;
- жинақтардың ішкі көздерінің көлемін өсіру;
- банктік секторды консолидациялау;
- әлемдік қаржылық архитектураны құруда Қазақстанның ролі мен экономикасының бәсекеге қабілеттілігін көтеру.

Банктік менеджмент — бұл менеджмент жүйесіндегі айрықша сала болып саналады. Менеджмент — ұйымдастыру мен басқарудың неғұрлым тиімді жүйесі туралы ғылым. Банктік менеджмент — клиенттердің қаржылық дамуына неғұрлым қолайлы жағдай жасау мақсатында алуан түрлі банк қызметтерін көрсету мен оңтүркі операциялар жасау және жаңа нарықтар қалыптастыру үшін банктің, жекелеген орындаушылардың мүдделеріне әсер ету процесі болып табылады. Басқару қатынасы менеджмент предметі болып саналады. Банкті басқару қатынасы басқару процесіндегі жекелеген

орындаушылардың тұрақты өзарабайланысының неғұрлым күрделі кешенін білдіреді. Банк қызметін табысты жүргізу үшін қажетті жағдайлар жасау — маңызды басқару қызметінің бірі болып саналады.

Банктік менеджменттің жоспарлау, ұйымдастыру, үйлестіру, ынталандыру және бақылау сияқты қызметтері беліп көрсетіледі. Банк капиталын, оның ресурстарын басқару, активтер мен пассивтерді кешенді басқару әдістерін жасау банктік менеджменттің объектісі болып саналады. Өзі ісінің басқару субъектісін білуден, өз еңбегі мен ұжымды ұйымдастыра алудан, өзін-өзі шығармашылықпен дамытуға қызығушылықтан, өзі айналысатын істің даму болашағын көре білуге қабілетті нақты ахуалды тек бағалай алатындықтан алға қойылған міндеттерге қол жеткізу үшін оңтайлы шешім таба білетіндіктен тұратын адам факторы менеджменттің негізін құрайды.

Дамыған елдерде менеджмент өндіріс тиімділігін арттырудың маңызды факторларының қатарына жатқызылады. Соңғы жылдары оған айрықша маңыз берілуде, өйткені менеджмент, қосымша капитал салуға жүгірместен, шығындарды салыстырмалы түрде азайту жағдайында жоғары түпкі нәтижеге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Менеджменттің негізгі мақсаты — неғұрлым тиімді басқару жүйесін қолдану жолымен пайда алу болып саналады. Пайда алуға ұмтылу — менеджменттің жалғыз ғана мақсаты емес. Қазіргі заманғы менеджменттегі әлеуметтік әдептің (этиканың) рөлі өсе түсуде, бұл, өз кезегінде қоғамдық қажеттілікті қанағаттандырудағы менеджмент қызметіне екпін түсіруді білдіреді. Баюға, пайданың өсуіне ұмтылу емес, қоғамға қажетті тауарлар мен қызметтер өндіруді ұлғайту — кәсіпкерліктің әлеуметтік әдебін (этикасын) анықтайтын жайлар, міне, осылар болып табылады. Соңғы жылдары оның мақсаттарына, сондай-ақ, онсыз адамдар өзінің мүмкіндігін толық түрде көрсетіп және толық қайтарымен жұмыс істей алмайтын ұжымдардың әлеуметтік бағдарламаларын шешу жатқызылады.

Банк қызметін басқарудың ерекшелігіне басқару салаларының ауқымдылығы жатады. Бұл басқару салаларына мыналар қатысты: макро және микро деңгейлердегі несие қатынасы мен ақша айналымы, ақшалай операцияларды орындауда қатердің біршама жоғары болуы.

Аталмыш тәуекел ақша нарығына және осыған орай институттардың қызметіне тән көптеген ішкі және сыртқы факторлардың ұштастырудың қиындығына байланысты туындайды. Сондықтан да банкте ең жауапты шешімдерді ұжыммен ақылдасып шешу принципі қолданылады, несие берушілерді ықтимал қатерлерден қорғаудың әр түрлі тәсілдері пайдаланылады, банктің негізгі кеңсесі мен филиалдары арасында несие операцияларын орындау саласындағы құқықтарды бөлу жүзеге асырылады. Банк операцияларының келісімшарт сипатында болуы, клиенттермен жұмыс тек жоғары экономикалық дайындықты ғана қажет етіп қоймай, сонымен бірге, психология негіздерін, құқықты, іскерлік этиканы жақсы білуді, келіссөздер жүргізе білуді талап етеді, яғни банк мамандарын өзіндік ерекшеліктермен дайындауды қажетсінеді.

Банк менеджментінің негізгі бағытын екі үлкен салаға бөлуге болады:

1. Бірінші топ банк құзыреттілігіндегі экономикалық процестерді ұйымдастыру және басқару бойынша мәселелерді қамтиды.

2. Екінші топ банк ұжымын ұйымдастырумен және басқарумен байланысты.

Осы салалардың әрбіреуі өз кезегінде бірнеше бағытқа ие олардың негізгілерінің мазмұнын қарастырайық. Банк тұрғысынан басқарудың ең жауапты бөлігіне жоспарлау жатады. Бұл процесте келешектегі әрекетті анықтайтын банк саясаты жасалады. Бұл жұмыстың құрамдық бөлігіне нақты банкті дамытудың тұжырымдамасын қалыптастыру, тиісті кезеңге ағымдық міндеттерді белгілеу, оларды жүзеге асыратын шараларды жасау жатады. Ал, банк саясатының құрамдық бөлігіне несие, депозит, инвестиция және процент саясаттары жатады. Банк дамуының сандық, сапалық және әлеуметтік көрсеткіштерінің келешекте қалайша өзгеретінін анықтаудың, оның қызметін жүзеге асыратын принциптерді негіздеудің, артықшылықтарды бөліп алудың, жұмысты ұйымдастырудың әдістерін тандаудың маңызы зор.

Активтерді басқару банк менеджментінің маңызды бағыттарының біріне жатады. Ол тиісті кезеңге белгіленген банк саясатын жүзеге асырады. Активтерді басқару процесінде біртұтас екі міндет алға қойылады - жүйелі талдаудың және активтердің құрылымын өзгертуге бағытталған мақсатты әрекеттердің салдарынан қалыптасатын ахуалдың негізінде ғана банк балансының өтімділігін сақтау арқылы банк жұмысының пайдалылығын қамтамасыз ету. Әр алуан активтердің банкке әрқелкі пайда әкелетіні және олардың қатер деңгейі әр қилы болатыны белгілі. Сондықтан да банк барлық активтерді қаражат салымының мерзіміне, олардың пайдалылығы мен қатер деңгейіне қарай жіктеуі қажет.

Активтерді басқарудың әдістері біршама дәрежеде тиісті кезеңге банк шешетін міндеттердің ерекшеліктерімен анықталады. Сонымен қатар, пассивтердің құрылымына қарай активтерді орналастырудағы тығыз байланыстың болуы активтерді басқарудың теориясын және оны жүзеге асыратын әдістемелерді әзірлеуді қажет етеді. Ақша нарығы дамыған елдерде қазіргі заман жағдайында активтерді басқару белгіленген пайдалылық пен өтімділік нормативтерінде активтерді

орналастыру мен пассивтер жағдайы арасындағы белгілі бір тәуелділікті белгілеуді ұйғаратын экономикалық-математикалық үлгінің негізінде жүзеге асырылады. Бұл арада әр түрлі экономикалық ахуалдарға баламалы нұсқалар жасалады.

Пассивтерді басқару менеджменттің дербес бағытын бідіреді. Бұл процесте мынадай міндеттер шешімін табады:

- міндетті резервтерді қалыптастыратын бөлігін есептегенде табыс әкелмейтін қаражаттың банкте болуың-жол бермеу;
- банк өз клиенттерінің алдындағы тиісті міндеттемелерді орындауы үшін әрі активтік операцияларды дамыту үшін қажетті несие ресурстарын іздестіру;
- банктердің «арзан» ресурстар есебінен пайда алуын қамтамасыз ету.

Осы міндеттердің әр біреуі мәселені шешудің айрықша тәсіліне ие. Осылардың ішінде депозиттік процент, оның салым мерзіміне қарай әртараптануы маңызды орын алады. Алайда мөлшерді арттыруды ғана емес, сонымен бірге түрлерді әр алуан етуді білдіретін пассивтік операциялардың дамуы ақша және қаржы нарығының алғашқы негізі ретінде болатын акция айналымының тұрақтылығын қажет етеді.

Банктердегі басқаруда басты ролді дағдарысқа қарсы басқару алады. Дағдарысқа қарсы басқару келесі мәселелерді шешуді көздейді:

- 1) дағдарысты бағалау және талдау
- 2) банктік тәуекелдерді басқару
- 3) банкті басқару стратегиясы
- 4) дағдарысты болжау
- 5) дағдарысты алдын алу және өткеру механизмдері
- 6) несиелік мекемелерді реструктуризациялау
- 7) несиелік ұйымдарды санау және ликвидациялау;
- 8) персоналды бағалау және мотивациялау

2015 жылы банктік сектордың негізгі қиыншылығы ішінара БҰЗҚ-нан қаржы бөлу арқылы шешіліп отырған (депозиттерді орналастыру және банктер шығаратын облигацияларды сатып алу) теңгелік өтімділік дефициті болды. Ақша нарығындағы жоғары мөлшерлемелердің ұзақ кезеңі қорландыру құнының өсіміне әкеліп соқты. Кредиттеу сұраныстың төмендеуінің, өтімділіктің жетіспеуінің және теңгемен ұзақмерзімді қорландырудың аясында сабырлы болып қала берді. Кредиттеуге жұмыс істемейтін заемдарды қайта қаржыландыру мен ШОБ қолдау бойынша мемлекеттік бағдарламалар едәуір қолдау көрсетті. Жеке тұлғаларды кредиттеудің өсімі 2014 жылғы 12,5%-бен салыстырғанда 2015 жылы 4,1%-ға дейін төмендеді. Заңды тұлғалардың кредиттік портфелінің өсімі 2014 жылғы 6,1%-ға төмендеуге қарағанда 2015 жылы 4,1%-ды құрады. Мерзімі 90 күннен аса өтіп кеткен заемдардың үлесі 2014 жылдың аяғына 23,55%-дан 2015 жылдың аяғына 7,95%-ға дейін төмендеді. Теңгенің құнсыздануы 2016 жылдың басына жұмыс істемейтін заемдардың үлесін кредиттің жалпы көлемінің 10%-на дейін төмендету, сондай-ақ шетел валютасындағы берешек деңгейін төмендету бойынша реттеуші талапты орындауға бағытталған шараларға орай активтердің сапа-сына әсерін тигізбеді. Бірақ экономиканың өсім қарқынының төмендеуі болашақта заемшылардың кредит төлемділігіне қысым жасауы мүмкін. 2015 жылы кредиттік портфельдің сапасы сек-тор бойынша жақсарды – провизияларды (cost of risk) жасауға шығындар 2014 жылғы 3,5%-бен салыстырғанда 2,2%-ды құрады. Теңгедегі депозиттердің көлемі бір жылдың ішінде 4,8%-ға 5,0 трлн теңгеге дейін төмендеді, ал валютада қайта бағалаудың есебінен 69,7%-ға 11,0 трлн теңгеге дейін ұлғайды. Доллар түріндегі валютадағы депозиттердің көлемі бір жылдың ішінде 9,2%-ға 32,4 млрд. АҚШ долларына дейін төмендеді. Қайта бағалаудың нәтижесінде валюталық депозиттердің үлесі рекордтық мәнге ие болды: 79%-ы бөлшек және 62%-ы корпоративтік секторда. Корпоративтік сектордағы теңгелік депозиттер бойынша мөлшерлемелер 2015 жылдың ішінде ақша нарығында мөлшерлеме өсімінің артынан өсіп отырды. 2016 жылдың 1 ақпанынан бастап теңгемен бөлшек депозиттер бойынша ең жоғары мөлшерлемелер 14%-ға дейін ұлғайды, ал валютада 2%-ға дейін төмендеді. Бұл орташа мерзімді болашақта валюталық депозиттерді теңгелік депозиттерге кері айырбасталуына әкеліп соғуы мүмкін. Таза пайыздық кірістердің өсімі бір жылдың ішінде 12,6%, комиссиялық кірістер – 5,4% құрады. Банктік сектордың пайдалылығы 2015 жылы 9,4%-ды құрады. Бұл ретте сектордағы (ККБ, БТА және ForteBank-ті қоспағанда) капиталдың тиімділігінің төмендеуі байқалды, бұл банктердің кредиттік активтілігінің қысқаруымен байланысты.

ҚР екінші деңгейдегі банктерінің активтері 2016 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша 23 780,3 млрд. теңге (2015 жылдың басында – 18 239,0 млрд. теңге), 2015 жылдың ішінде өсу – 30,4% болды.

Активтер құрылымындағы ең көп үлесті (жиынтық активтердің 60,6%-ы 1) 15 553,7 млрд. теңге сомадағы несие портфелі (негізгі борыш) алады (2015 жылдың басында – 14 184 млрд. теңге), 2015 жылдың ішінде өсу – 9,7% болды. Заңды тұлғаларға қарыздар несие портфелінің 47,0% үлесімен 7

307,2 млрд. теңге (2015 жылдың басында - 7 016,2 млрд. теңге немесе несие портфелінің 49,5%-ы), 2015 жылдың ішінде өсу - 4,1% болды. Жеке тұлғаларға қарыздар несие портфелінің 24,9% үлесімен 3 872,9 млрд. теңге (2015 жылдың басында - 3 707,9 млрд. теңге немесе несие портфелінің 26,1%-ы), 2015 жылдың ішінде өсу - 4,4% болды.

Тұтынушылық қарыздар несие портфелінің 16,9% үлесімен 2 622,7 млрд. теңге (2015 жылдың басында - 2 639,9 млрд. теңге немесе несие портфелінің 18,6%-ы), 2015 жылдың ішінде төмендеу - 0,6% болды. ШОБ-қа қарыздар несие портфелінің 27,3% үлесімен 4 242,2 млрд. теңге (2015 жылдың басында - 3 248,1 млрд. теңге немесе несие портфелінің 22,9%-ы), 2015 жылдың ішінде өсу - 30,6% болды. NPL - жұмыс істемейтін қарыздар (90 күннен астам мерзімі өткен берешегі бар) 1 236,9 млрд. теңге немесе несие портфелінің 8,0%-ы (2015 жылдың басында 3 340,2 млрд. теңге немесе несие портфелінің 23,5%-ы) болды. Несие портфелі бойынша провизиялар 1 647,8 млрд. теңге немесе несие портфелінің 10,6%-ы мөлшерде (2015 жылдың басында 3 569,8 млрд. теңге немесе несие портфелінің 25,2%-ы) қалыптасты.

ҚР екінші деңгейдегі банктерінің міндеттемелері 21 290,2 млрд. теңге (2015 жылдың басында - 15 873,2 млрд. теңге), 2015 жылдың ішінде өсу - 34,1% болды. Екінші деңгейдегі банктердің жиынтық міндеттемелеріндегі ең көп үлесті клиенттердің салымдары - 73,3% және айналысқа шығарылған бағалы қағаздар алады - 9,9%. ҚР екінші деңгейдегі банктерінің ҚР бейрезиденттері алдындағы міндеттемелері 2 095,4 млрд. теңге немесе жиынтық міндеттемелердің 9,8%-ы болды.

Клиенттердің салымдары 15 605,1 млрд. теңге немесе жиынтық міндеттемелердің 73,3%-ы (2015 жылдың басында 11 351,0 млрд. теңге немесе жиынтық міндеттемелердің 71,5%-ы), 2015 жылдың ішінде өсу - 37,5% болды. Заңды тұлғалардың салымдары 8 719,6 млрд. теңге немесе клиенттер салымдарының 55,9%-ы (2015 жылдың басында 6 908,6 млрд. теңге немесе клиенттер салымдарының 60,9%-ы), 2015 жылдың ішінде өсу - 26,2% болды. Заңды тұлғалардың шетел валютасындағы салымдарының үлесі жылдың басындағы 51,6%-дан есепті күнгі 61,5%-ға дейін ұлғайды. Жеке тұлғалардың салымдары 6 885,5 млрд. теңге немесе клиенттер салымдарының 44,1%-ы (2015 жылдың басында - 4 442,5 млрд. теңге немесе клиенттер салымдарының 39,1%-ы), 2015 жылдың ішінде өсу - 55,0% болды. Жеке тұлғалардың шетел валютасындағы салымдарының үлесі жылдың басындағы 67,4%-дан есепті күнгі 79,1%-ға дейін ұлғайды.

Кез-келген банкті басқарудың аса маңызды міндеттерінің бірі - өтімділіктің тиісті деңгейін қамтамасыз ету. Өтімділіктің жеткіліксіз деңгейі банктің елеулі қаржылық қиыншылықтары барының алғашқы белгілері болып есептеледі. Бұл жағдайда банк, әдетте депозиттер жоғалтады, бұның өзі оның меншікті қаражатын азайтады: төлем қаражатының жетіспеушілігі пайда болады. Банк өз салымшыларының, кредиторларының, клиенттерінің алдындағы және жалақы бойынша өз қызметкерлері алдындағы міндеттемелерін толық және мерзімінде орындай алмайды.

Өтімділік банктерге келесідей мақсаттар үшін қажет:

- клиенттерді кез-келген сәтте өз қаражатын толық көлемде ала алатынына сендіру үшін;
- дебиторларды қарыздары бойынша берешектерін өтеуге қажетті ақша қаражатымен қанағаттандыру мүмкіндігі барлығына сендіру үшін;
- акционерлерді форс мажор жағдайларында активтерін мәжбүрлі түрде сатудан қорғау үшін.

Банктің өтімді қаржыларға қажеттілігі ұсыныс пен сұраныс негізінде қарастырылады. Банктердің өтімді қаражаттарға сұранысы келесідей екі себептен туындайды:

- клиенттердің өз шоттарынан ақшаларын алуы;
- клиенттерден несие алуға өтініштердің түсуінен.

Банктердің өтімді қаражаттарға сұранысының туындауының тағы бір себебі басқа банктерден алынған қарыздарын қайтаруы болып табылады.

Қазіргі жағдайда ҚР банк секторының өтімділігінің динамикасы:

Қазіргі әлемдік дағдарысқа қарсы еліміз банк секторын қолдау мақсатында түрлі стратегияларды алға қойған болатын. Президентіміз Қазақстан 2050 жолдауында атап өткендей: «Әлемдік экономикадағы қолайсыз ахуалды ескере отырып, біз инфляциядан әрбір қазақстандықтың кірістерін қорғауды қамтамасыз ететін және экономикалық өсім үшін лайықты деңгейін ұстап тұратын боламыз. Бұл жай ғана макроэкономикалық мәселе емес, бұл елдің әлеуметтік қауіпсіздігінің мәселесі. Және де бұл - 2013 жылдың өзінен бастап Ұлттық Банк пен Үкімет жұмысының басты мәселесі. Қазақстандық банктер өз кезегінде өзінің мақсатын орындауға және нақты экономика секторының кредиттік ресурстарға деген қажеттілігін қамтамасыз етуге тиіс. Бұл ретте қаржылық жүйеге бақылауды әлсіретуге болмайды, банктерді проблемалық кредиттерден тазарту және қорландыру мәселелерімен тығыз айналысу қажет. Бұл үшін Ұлттық Банк пен Үкіметке Президент Әкімшілігінің үйлестіруімен экономиканы қажетті ақша ресурстарымен қамтамасыз етуге бағытталған түбегейлі ақша-кредит саясатының жаңа жүйесін әзірлеу қажет болады» деп анықтап берген болатын.

Кез-келген дағдарыс – бұл тек қана проблемалар ғана емес, сонымен қатар жаңарудың, даму жолдарының, жаңа ізденістерінің мүмкіндіктері екенін айта кеткім келеді. Соңғы жарты жылдықта дағдарыстық көрсеткіштерді азайтумен қатысты қолданылған шаралардың Қазақстандағы тұрақты және сапалы экономикалық дамуды қалпына келтіру үшін қажетті іргетасты қалайды.

Сонымен қорыта айтатын болсақ, елбасымыз Н.Ә.Назарбаев атап өткендей «Дағдарыс мәңгілікке созылмайды. Дағдарыс жағдайында болашақта даму үшін шара қолданған мемлекеттер жетістікке жететін болады» дей отыра, бүгінгі таңдағы дағдарыстан кейінгі Қазақстанның банк секторы мемлекетіміздің жүзеге асырған экономикалық сабдарлы саясатының арқасында тұрақты және жетістікті даму үстінде.

Әдебиеттер тізімі:

1. Қазақстан Республикасы секторының ағымдағы жағдайы 2016 жылғы 1 қаңтар қорытынды айналымдарды ескере отырып) <http://www.nationalbank.kz/>
2. Банктік менеджмент және банктік басқару принциптері. Жұмағазы Нұрғали Жеткергенұлы <http://g-global.org/>
3. «Казкоммерцбанк» АҚ басқару стратегиясы. <http://kaz.kkb.kz/page/Strategy>
4. ҚР Президентінің «Қазақстан-2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауы.
5. Мировая финансовая архитектура: проблемы и перспективы ее реформирования через призму институциональной и финансовой глобализации. <http://articlekz.com/article/12860>

ВЗАИМОСВЯЗЬ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ И НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Сеилханова М.Т., Шалкибаева Ж.А. – магистранты
Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Наличие налогового стимулирования направлено на решение определенных задач, и прежде всего, это поддержка социально уязвимых слоев населения, стимулирование определенных видов экономической активности (сельскохозяйственное производство, малый бизнес), сфер деятельности (инновационные технологии, благотворительность, меценатство, др.) [1].

Относительно последней причины можно добавить, что необходимость развивать и поддерживать достаточный уровень налогового стимулирования в экономике объясняется тем, что для осуществления инновационной деятельности предприятиям необходимы свободные финансовые ресурсы, которые могут быть высвобождены в случае снижения уровня налоговой нагрузки [2].

Отметив необходимость осуществления налогового стимулирования, остановимся на рассмотрении самого понятия «налоговое стимулирование».

Налоговое стимулирование – это целенаправленная деятельность органов государственной власти и местного самоуправления по установлению ими в налоговом законодательстве налоговых льгот и иных мер налогового характера, улучшающих имущественное или экономическое положение определенных категорий налогоплательщиков [3].

Налоговое стимулирование, осуществляемое через экономически обоснованную систему льгот, представляет собой взаимоувязанный комплекс налоговых льгот и преференций стратегического характера, компенсирующий финансовые средства, инвестированные для выпуска новой конкурентоспособной продукции, модернизации технических процессов, для укрепления основ предпринимательства и бизнеса [4].

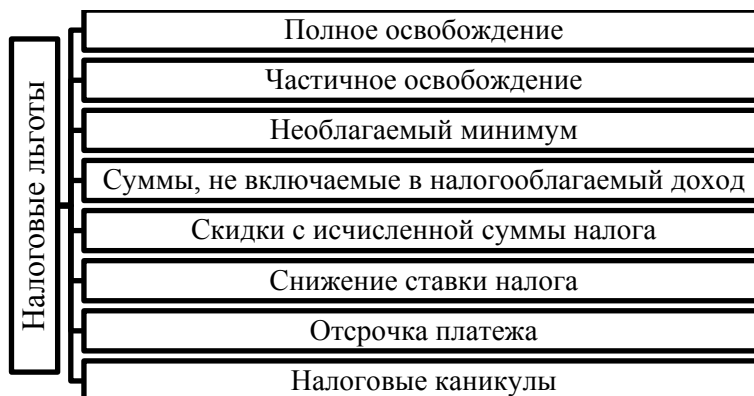


Рисунок 1 – Виды налоговых льгот – инструментов налогового стимулирования [5].

Налоговые льготы сами по себе никогда не будут эффективными в отсутствие других системных механизмов защиты и поддержки налогоплательщиков со стороны государства (стабильность, определенность налогового законодательства, посильная налоговая нагрузка в рамках общего налогового режима, законность действий налоговых органов государства, справедливое наказание за уклонение от уплаты налогов и др.).

Поэтому использование налоговых льгот, как со стороны государства, так и со стороны налогоплательщиков должно быть изначально обоснованным, комплексным и продуманным[6].

Помимо налоговых льгот инструментами налогового стимулирования могут являться налоговые преференции. Для получения представления об инвестиционных налоговых преференциях необходимо рассмотреть:

- их определение;
- субъекты и объекты инвестиционных преференций;

Определение инвестиционных налоговых преференций может быть следующее — это льгота, которая предоставляет освобождение от уплаты КПП и заключается в том, что стоимость объектов налоговых преференций и/или последующих расходов на модернизацию и реконструкцию относятся на вычеты.

С 2009 года порядок получения налоговых преференций был упрощен. Если ранее для получения налоговой преференции следовало заключить с Комитетом по инвестициям контракт, то сейчас налогоплательщик самостоятельно может применить преференции без необходимости предварительно получить соответствующее разрешение. Право применять инвестиционные налоговые преференции принадлежит только юридическим лицам, за исключением тех, которые соответствуют хотя бы одному из следующих условий:

- осуществляющие деятельность в пределах территорий специальных экономических зон (эти налогоплательщики обладают правом уменьшать сумму КПП к уплате на 100%, а также ими применяется коэффициент 0 в отношении соответствующих ставок и среднегодовой стоимости объектов налогообложения по земельному и имущественному налогу);

- осуществляющие деятельность по производству и/или реализации подакцизных товаров (спирта, алкогольной продукции, табачных изделий). Преференции направлены на развитие производственного сектора экономики, который в свою очередь призван повлечь за собой улучшение экономического и физического благосостояния граждан.

- налогоплательщик, применяющий специальный налоговый режим для юридических лиц — производителей сельскохозяйственной продукции, продукции рыбоводства и сельских потребительских кооперативов. Указанная категория налогоплательщиков применяет особую категорию льгот по КПП, НДС, социальному налогу, земельному налогу, плате за пользование земельными участками, налогу на имущество, налогу на транспортные средства (исчисленные в общеустановленном порядке налоги и плата подлежат уменьшению на 70 %).

К объектам преференций относятся впервые вводимые в эксплуатацию на территории РК здания и сооружения производственного назначения, машины и оборудование, которые в течение не менее трех налоговых периодов, следующих за налоговым периодом ввода в эксплуатацию, соответствуют одновременно следующим условиям:

- признаются основными средствами в бухгалтерском учете налогоплательщика;
- используются налогоплательщиком в деятельности, направленной на получение дохода;
- не используются в деятельности, осуществляемой в рамках контракта на недропользование[5].

Помимо положительного эффекта от применения налогового стимулирования с помощью предоставления налоговых льгот и преференций, оно отрицательно сказывается на налоговом потенциале.

Налоговый потенциал – это потенциальный бюджетный доход на душу населения или ресурсы бюджетных доходов региона, который может быть получен органами власти за определенный период времени при применении на территории страны одинаковых условий налогообложения[7].

Включение в налоговый потенциал налогооблагаемых ресурсов региона может быть представлено двумя вариантами:

- рассматриваются только ресурсы, подлежащие на данный момент налогообложению на законодательной основе;

- помимо выше названных ресурсов также рассматриваются не вовлеченные налогооблагаемые ресурсы, т.е. объекты теневой экономики, требующие легализации в соответствии с законодательством.

Первый вариант более негативно воздействует на политическую, экономическую и социальную стороны жизнедеятельности субъектов, но в теории может решить некоторые краткосрочные, текущие проблемы. Второй вариант дает возможность достичь «программных», долгосрочных целей. Такое разделение создает новый фактор, позволяющий выделить в «налоговом потенциале» подкатегории, а именно фактор времени, который выражается в краткосрочном и/или долгосрочном периодах.



Рисунок 2 – Подкатегории налогового потенциала согласно временному фактору[8].

Функциональный налоговый потенциал представляет собой не налогооблагаемые или частично налогооблагаемые субъекты, которые способны оперативно включиться в процесс налогообложения и не требуют кардинального изменения законодательства. В свою очередь стратегический – субъекты, которые действуют вне законодательства о налогообложении, в связи с осуществлением неформальной или незаконной деятельности. Такой налоговый потенциал требует создания и внедрения новых или изменения старых законов, а также позволяет повысить будущие налоговые поступления, которые будут использованы для осуществления каких-либо проектов и программ[8].

Налоговое стимулирование и налоговый потенциал являются взаимосвязанными категориями, так как оба относятся к составным элементам налоговой системы страны. Применение налоговых стимулов в краткосрочной перспективе негативно отразится на налоговом потенциале в связи с тем, что налогоплательщики будут частично или полностью освобождены от уплаты налога и тем самым поступления в бюджет сократятся, что снизит налоговый потенциал региона. С другой стороны в долгосрочной перспективе будет наблюдаться обратная тенденция. Это объясняется тем фактом, что период действия налоговых стимулов завершится, и налогоплательщики, улучшив своё финансовое положение, будут уплачивать налоги в бюджет в стандартном режиме и большем объеме, так как уровень их доходов возрос.

Таким образом, с помощью налогового стимулирования можно воздействовать на налоговый потенциал, что дает государству еще один инструмент для выравнивания межбюджетных отношений и уровня развития регионов в стране.

Список литературы:

1. Ермекбаева Б.Ж., Абишева К. Влияние налоговых льгот на экономическую деятельность в Республике Казахстан // Вестник КазНУ, серия Экономическая. – 2015, №1 (107). – с.414-418.
2. Тимченко Е.Ю. Стимулирование экономического развития методами налогового регулирования // Научное и образовательное пространство: перспективы развития : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс». – 2016. – с.421–426.
3. Васильев С.В. Правовые средства налогового стимулирования инновационной деятельности. Дис. на соиск. уч. ст. к.ю.н. 12.00.14. – Москва. – 2009. – с.70.
4. Киреева Е.Ф. Налоговое стимулирование инноваций как фактор стабилизации экономики Республики Беларусь // Развитие экономического сотрудничества между Республикой Беларусь и Республикой Молдова в системе международной экономики : материалы II Международной научно-практической конференции - Минск: БГЭУ - 2010. - с.68-73.
5. Кодекс РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» (Налоговый кодекс) (с изменениями и дополнениями на 26.07.2016 г.).
6. Ермекбаева Б.Ж. Проблемы совершенствования механизма использования налоговых льгот // Вестник КазНУ, серия Экономическая. – 2016, №1 (113). – с.110-115.
7. Лемешко Н.С. Сравнительная характеристика методов оценки налогового потенциала регионов // Экономические науки. – 2012, № 7. – с.61-63.
8. Симонов А.Ю. Налоговый потенциал // Молодой ученый. – 2014, №1. – с.423-425.

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ САЛЫҚТАРДЫҢ ЫНТАЛАНДЫРУШЫ ҚЫЗМЕТІНІҢ РӨЛІ МЕН МАҢЫЗЫ

Мейрам К.Е., Тасбулатова Ү.А. –магистранттар
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Оңтайлы дамымаған салық жүйесі кәсіпкерліктің тұрақты қызмет етуінің жолындағы негізгі кедергілердің бірі болып табылады. Кәсіпкерлікті дамыту үшін әр түрлі ынталандыру шараларын қолдану қажет, айталық, кәсіпкерлік құрылымның қызмет ету ерекшеліктерін ескеретін дербес салық салу жүйесі және салықтық жеңілдіктер.

Салықтардың ынталандырушы қызметі еліміздің экономикасын жетілдіру үшін ерекше маңызға ие, өйткені осы қызметтің көмегімен Қазақстанда дағдарыс жағдайында шағын және орта бизнесті дамыту үшін қолайлы жағдайлар туындайды.

Бүгінгі таңда мемлекет қаржылық тұрақтылықты сақтауға бағытталған дағдарысқа қарсы саясатты, нақты айтқанда, тиімді ақшалай-несиелік саясатты, тұрғындардың іскерлік белсенділігі мен жұмыс орындарының сақталуын қамтамасыз ететін саясатты, бюджеттің тұрақтылығын қамтамасыз етуді, инфляция деңгейін тұрақтандыру саясатын жүргізіп отыр. Бұл шаралар елімізде экономиканың дамуына оң ықпал етеді деп болжануда.

Мемлекет үшін шағын және орта бизнестің қызмет етуінің рөлі аса маңызды. ШОБ (шағын және орта бизнес), қаржылық жүйенің бір бөлігі ретінде, қаржылық қатынастардың негізгі катализаторы болып табылады. Шаруашылық жүргізуші субъектілердің ұдайы өндіріс процесінде пайда болатын қаржылық қатынастардың көмегімен қаржылардың негізгі қызметі – бөлу және қайта бөлу жүзеге асады. Әлемде және ел экономикасында күрт ауытқулар мен дағдарыс болмаған жағдайда, экономикалық құлдырау қауіпі болмағанда шағын және орта бизнестің субъектілері заңнамада көрсетілген тәртіппен мемлекет тарапынан орынды бақылау жағдайында жұмыс істейді. Бәсекелестік дамиды, кәсіпорындарға еліміздің экономикалық жағдайымен байланысты сыртқы факторлардың әсері көп тимейді.

Дағдарысты кезеңдерде кәсіпорындарға жобаларды жүзеге асыру, қызмет ету және даму оңай болмайтынын естен шығармау қажет. Сондықтан да, ШОБ-ты салықтық жеңілдік, преференция және салықтық ставкалар және т.б. арқылы ынталандыру маңызды саналады.

А.В. Брызгалиннің пікірі бойынша салық салу жүйесінде салықтар келесі қызметтерді атқарады: фискалды, үйлестіруші, реттеуші, бақылау және ынталандыру. Аталған қызметтерден басқа автор мынадай қызметтерді де атап өтеді, олар: ынталандыру, шектеу және ұдайы өндірістік. Ынталандыру қызметі белгілі бір экономикалық процестерді дамытуға бағыттталып, салықтық жеңілдіктер мен салықтан босату арқылы жүзеге асады. Ал шектеу қызметі экономикалық процестерді дамыту үшін салықтық кедергілері қолдануды көздейді. Ұдайы өндіріс қызметінің мәні пайдаланатын қорларды қалпына келтіруді көздеп, қаржыны жинауды көздейді [1].

Салықтар арқылы кәсіпорындардың, салалардың іскерлік белсенділігін ынталандыруға немесе шектеуге болады, сонымен қатар, қолайлы салық саясатын жасау арқылы ұлттық кәсіпорындардың әлемдік нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттыруға болады [2].

Салықтық ынталандырудың негізінде төмен кіріс саясаты, салықтар жүйесінің құрамы мен құрылымын және салық ауыртпалығының деңгейі мен жеке салықтардың ставкаларын оңтайландыру жатыр. Мұнда салықтық жеңілдіктер жүйесіне (жеңілдіктер мен преференцияларға) ерекше көңіл бөлінеді. Мамандардың бағалауы бойынша салықтық жеңілдіктерді берген үшін Қазақстанның бюджеттік жүйесінің 21 ғасырдың басындағы шығындары жылына 120-150 млрд. теңгені құраған, бірақ та салықтардың ынталандыру роліне байланысты түскен пайдаға жүйелі талдаулар көп жасалған жоқ [3; 23].

Салықтық ынталандыру жүйесін ұйымдастыру қағидаларының кешенін атап өтуге болады:

- Салықтық жеңілдіктерді қолдану меншік түріне, қызмет түріне, парламенттегі маңыздылығы субъективті лоббистік топтардың бағалауына байланысты анықталмау керек;
- Салық жеңілдіктеріне экономикалық емес мәжбүрлеу мен оларды қолдану міндеттілігі тән емес;
- ішкі табиғатына сай салықтық жеңілдіктерді қолдануға таза әкімшіл-әміршіл сипат жат болады;
- инвестициялық салықтық несиелер жалпы мемлекеттік маңызы бар инвестициялық бағдарламалардың жүзеге асуын қамтамасыз ететін төлеушілер топтарына ғана беріледі;
- салықтық жеңілдіктерді қолдану бюджеттің кірістеріне де, корпоративті және жеке экономикалық мүдделерге зиянды болмауы тиіс;

- жеңілдік беретін салықтық портфельді қалыптастыру тәртібі жалпы мемлекеттік деңгейде анықталып, орталық билік тарапынан заңнамалық тәртіппен бекітіледі[4].

Ынталандырушы және реттеуші қызметтер арасында тығыз байланыс бар. Автор Е.Ю. Жидкованың пікірінше, мұндай өзара байланыс елдің экономикасына және оның жеке салаларына мемлекеттің ықпалы болған кезде көрініс табады. Көптеген авторлар ынталандырушы қызмет салықтың дербес қызметі ретінде емес, реттеуші қызметтің бір бөлігі ретінде көрініс табатынын атап өтеді.

Сонымен, жеңілдіктердің экономикалық негізделген жүйесі арқылы жүзеге асатын салықтық реттеу дегеніміз – жаңа әрі бәсекеге қабілетті өнім шығару кезіндегі, технологиялық процестерді жаңғырту кезіндегі қаржылық шығындардың орнын толтыратын, шағын және орта бизнестің негізін нығайтатын стратегиялық әрекеті бар өзара негізделген кешен [5].

Қазіргі таңда өкіметтік құрылымдар инвестицияларды салықтық ынталандыру жүйесін және жалпы, оның ұдайы өндіріспен өзара байланысына ерекше көңіл бөліп отыр.

Салықтық реттеудің ең тиімді тәсіліне инвестициялық салықтық несие жатады, яғни ол - тиісті негіздеме болған жағдайда салықты төлеу мерзімін өзгерту болып табылады. Ондай негіздемеге жататындар: мекеменің ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар жүргізуі, инновациялық қызметті жүзеге асыру, мекеменің аумақтың әлеуметтік-экономикалық дамуы бойынша маңызды тапсырманы орындауы.

Дамыған елдерде кәсіпкерлер үшін біраз жеңілдіктер жүзеге асырылады, айталық: салықтық міндеттемелерді төлеудің жеңілдетілген жағдайы, қарапайымдандырған салық есебі, салық салудың жеңілдетілген ставкалары, белгілі бір жағдайлар шеңберінде кейбір салықтардан босату, кейбір салықтар бойынша салық салынатын базаны есептеудің ерекше тәртібі, жаңадан ашылған кәсіпорындар үшін салық төлеудегі жеңілдіктер[6].

Ғалымдардың еңбектері негізінде дағдарыс кезінде салықтық ынталандырудың рөлі артады деуге болады. Салықтық ынталандыру өндірістің басым салаларының даму катализаторы болып табылады.

Сонымен, ұлттық кәсіпорындарды қызықтыру үшін салықтық ынталандырудың көптеген тетіктері мен құралдары бар, олардың арасында салықтық ставканы азайту, салықтық жеңілдік, салықтан босату, салықтық қаникулдарды енгізу және т.б. салықтық жүкті азайтуды көздейтін шаралар бар.

Бизнестің көлеміне байланысты ынталандыру былайша жүзеге асуы мүмкін:

- Ірі және орта бизнес үшін
- Шағын және микробизнес үшін
- Жеке тұлғалар үшін. [5]

Мысалы, шағын және микробизнесі ынталандыру ҚР Салық Кодексінде бекітілген “Арнайы салықтық режимнің” көмегімен жүзеге асуы мүмкін.

Авторлардың пікірінше, салықтық ынталандырудың тиімді механизміне - қысқа мерзім тұрғысынан бюджеттің кіріс бөлігін шектейтін, ал ұзақ мерзім тұрғысынан алғанда салықтық дамуын, салық түсімдерінің өсуіне және мемлекеттің қызметін қаржылық қамтамасыз етуге септігі тиетін салықтық ынталандыру элементтерінің жүйесі болып табылады.

Шағын кәсіпкерлік жүйесіне салық салу жүйесінде қолданылатын арнайы салықтық режимдер олардың өсуі мен дамуына ықпал етіп, салық төлеушілерге ынталандырушы әсер береді. Ал елдегі тұрақсыз экономикалық жағдайда салықтық ынталандыру мәселесі стратегиялық басымдылыққа айналады.

Салықтық ынталандыру элементтерінің және олардың практикалық қолдану тиімділігінің ғылыми негіздемесі болмағандықтан, бұл аз зерттелген және сан алуан пікірлер бар тақырып саналады. Ресми статистикалық ақпарат салықтық жеңілдіктер мен преференцияларды қолдануға байланысты алынбаған салықтың көлемін көрсетпейді, сондықтан бұл элементтердің сандық және сапалық сипатын беру қиын. Мақсатты сипаттағы, нәтижелілік өлшемдерін заңнамалық деңгейде бекітіп, негіздейтін салық салуды ынталандырудың әдістемелік негіздері салық салудың бюджеттік өнімділігі мен тиімділігін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Салықтық түсімдерді басқару проблемасы да өзекті болып отыр, өйткені бюджеттік жүйенің жеткілікті деңгейін қамтамасыз ететін салықтық жүйенің экономикаға қысымы тым артық немесе әрекетсіз болмағаны жөн. Салықтық жүктің деңгейі мен құрылымы экономикалық өсім жағдайына кері әсер етпеуі тиіс, бәсекелестік жағдайын бұзбай, инвестицияларға кедергі болмай, керісінше, бәсекелестікке қабілеттілік пен экономиканың қайта құрылуына, инновациялық негізде өңдеуші салаларды дамытуға мүмкіндік беруі тиіс.

Ел экономикасының дамуының жаңа кезеңінде республикадағы салықтық жүйе қызметінің, жеке салықтар түрлерінің, бюджетке түсетін салықтардың, алымдардың, басқа да төлемдердің және

арнайы салықтық режим мен жеңілдіктердің жеке түрлерінің тиімділігін бағалау қажеттілігі туындап отыр [7].

Кәсіпкерлерге салық салудың жетілмеген жүйесі оларды ел экономикасын көтеруге толықтай ынталандыра алмайды. Қазіргі таңдағы шағын және орта бизнес үшін арнайы салық салу тәртібінің шектеулі сипаты қазіргі жағдайға бейімділікті арттыруды, кәсіпкерлердің мұқтаждықтарын, проблемалары мен мүмкіндіктерін ескеруді талап етеді. Кәсіпкерлер мен кәсіпорындарды ынталандырып, қызықтырудың дамымаған әрі қалыптаспаған жүйесі кәсіпкерлік бастамалардың дамуы мен тиімділігіне, оларды экономикалық және әлеуметтік салаға тартуға кері әсерін тигізіп отыр.

Әдебиеттер тізімі:

1. Брызгалин А.В. Налоги и налоговое право: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аналитика-Пресс, 1998. – 600 с.
2. Ефимова Е.Г., Поспелова Е.Б. Налоги и налогообложение: учеб. пособие. – М.: МИИР, 2014. – 235 с.
3. Скакунова А.А. Модернизация государственной налоговой политики в социально-ориентированной налоговой системе: Автореф. дис. канд. экон. наук. — Орел, 2012.
4. Серикбаева К.А. Налоговое регулирование — как один из элементов налогового механизма и сферы государственного налогового менеджмента // Банки Казахстана. — 2010 — № 6. — С. 20-24.
5. Окунь А.С., Стешенко Ю.А. Методологические аспекты налогового стимулирования экономики России. Финансовые исследования №2 (51) 2016 – научно-образовательный и прикладной журнал.
6. Вагина Ю.А. Налоговое стимулирование предпринимателей, как фактор стабильного развития экономики.(НГТУ, г.Новосибирск, РФ)
7. Лисова Н.А. Налоговое регулирование в системе государственного налогового менеджмента. Вестник КарГУ, 2015.

ИННОВАЦИОННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Кизимбаева А.Б. – доцент
КГУИТ имени Ш.Есенова

Для развития финансовых инноваций, использования их в полной степени необходимо совершенствование общеэкономического и финансового образования в РК, повышение качественного уровня научных исследований и эффективности функционирования финансово-кредитной системы. Финансовый менеджмент предприятия приобретает первостепенное значение, так как именно предприятия с эффективной системой управления финансами смогут максимизировать свои рыночные усилия, предложить рынку свои услуги и получить за их осуществление максимально возможную цену, позволяющую сполна окупить все затраты, а также существенно повысят эффективность внутренних и внешних инвестиционных проектов.

Инновация - это выдвижение новых идей и воплощение их в жизнь. Люди будут заинтересованно относиться к новому и активно стремиться к практическому внедрению новых идей, когда увидят за этим реальную выгоду. Статистические опросы консалтинговых компаний показывают: несмотря на то, что большинство менеджеров понимают важность потенциала инноваций для обеспечения будущего роста их организаций, реальное улучшение работы в сфере управления инновациями сильно отстает.

Рациональное управление финансами предприятия, автоматизация управленческой отчетности, возможность оперативно отслеживать движение и целевое использование денежных средств позволяют планировать и прогнозировать развитие компании, принимать обоснованные управленческие решения. Основная задача финансового менеджмента по мобилизации и использованию денежных фондов предприятий состоит в максимизации их реальных пассивов и активов. Система финансового менеджмента должна создавать условия для развития финансовых отношений, проводящих инновационные процессы в экономике, и формирования реальных финансовых механизмов инновационного экономического роста.

Для того чтобы лидировать на рынке, организации должны идти в ногу с инновациями и оптимизировать внутренние технологические процессы. Такой подход позволит быстрее, осваивать новые рынки, быть более доступными для клиентов, лучше понимать их потребности, оперативно осваивать новые технологии и формировать ценообразование.

Как самостоятельная экономическая категория финансовая инновация имеет следующие отличительные особенности:

1. Обязательность продажи нового финансового продукта на рынке финансовых инноваций.
2. Обязательность реализации финансовой операции на рынке или внутри хозяйствующего субъекта.
3. Функциональная зависимость финансовой инновации от времени.

Инновации - это путь к процветанию организаций и экономики РК. Организации, которые не способные преодолеть барьеры на пути инноваций, обречены на стагнацию. Успешное инновационное развитие, успешные инновации возможны лишь в том случае, если результаты, полученные в итоге, отвечают интересам бизнеса. Невозможно стремиться к инновациям вообще, не поставив при этом четкие цели, отвечающие интересам компании (рост продаж, снижение себестоимости, повышение качества продукции, выход на новые рынки и др.).

Современное управление предприятиями в РК имеет ряд особенностей.

Во-первых, оно имеет преимущественно финансовый характер, поэтому в системе управления предприятием при анализе необходимо использовать преимущественно систему финансовых показателей, нормативов и моделей.

Во-вторых, в условиях системы рисков, современным руководителям и специалистам необходим оперативный диагноз и разработка множественных вариантов прогнозов и создавать последовательную программу действий для достижения результата.

В-третьих, управление в условиях современных реформ имеет ситуационный характер. Большинство предприятий функционирует в условиях системного кризиса, нестабильности ситуаций. Необходимо разрабатывать меры оперативного ситуационного управления. В настоящее время имеется незначительный опыт ситуационного подхода в основном в области налогового планирования и управления, который сведен к выбору хозяйственных ситуаций и их экономической интерпретации.

Современные условия хозяйствования характеризуются сложностью, взаимной обусловленностью отдельных видов деятельности и фаз динамичного развития предприятия. Устойчивость функционирования любой экономической системы во времени в условиях неопределенности обеспечивается посредством разработки и реализации соответствующей стратегии развития в зависимости от стадии развития, целей и задач, преследуемых предприятием.

Комплексная диагностика предприятия предусматривает оценку систем предприятия. Для описания состояния предприятия и его возможностей используются классические методы: анализ «сильных» и «слабых» сторон предприятия, благоприятных возможностей и угроз со стороны внешней среды. Предварительный анализ деятельности предприятия, в большинстве случаев, показывает, что улучшение результатов может быть получено, в основном, за счет повышения эффективности использования имеющихся ресурсов и их развития. Всегда имеется серьезный потенциал повышения эффективности, который можно реализовать за счет совершенствования управления, повышения его адаптивности.

В современных условиях значительно повышается ответственность руководителей за финансовое состояние предприятий, оперативная диагностика и анализ, имеют большое значение.

Важным моментом в стратегии является обеспечение именно общей направленности изменений различных частей предприятия, взаимная увязка различных действий предприятия для достижения целей при имеющихся средствах. Например, в процессе выработки и реализации стратегии важно преодолевать: расхождение различных видов деятельности по перспективам сбыта, доходности, обеспеченности ресурсами; осуществление разными подразделениями разнонаправленных и поэтому неэффективных решений; рассогласования между ресурсными комплексами, поступающими на предприятие.

Определение границ финансовой устойчивости организации относится к наиболее важным экономическим проблемам в рыночных условиях, потому что недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности организаций и отсутствию у них средств для развития производства, а избыточная – будет препятствовать развитию, отягощая затраты организации излишними запасами и резервами. Следовательно, финансовая устойчивость должна характеризоваться таким состоянием финансовых ресурсов, которое соответствует требованиям рынка и отвечает потребностям развития организации.

Достижение желаемого уровня устойчивого развития предприятия требует обеспечения запаса устойчивости и необходимого приращения результатов деятельности за счет интенсивных факторов производства.

Эффективное управление устойчивым развитием производства является важнейшим элементом обеспечения устойчивого развития предприятия в связи с тем, что производство стоит в центре любого предприятия и является его главным звеном. Устойчивое развитие производства складывается из эффективной производственной политики предприятия, которая включает в себя внедрение и использование нового оборудования, современных технологий.

Для моногосударственных компаний существуют только нижние уровни стратегии и стратегических действий, функциональная стратегия (НИОКР, производство, маркетинг, персонал и т.д.

Для надлежащего управления творческими процессами менеджеры должны найти и устранить помехи на пути инноваций, обеспечить мотивацию и создать такие отношения в организации, которые будут поддерживать личную и групповую инновационную инициативу.

В основе качественных сдвигов, происходящих в современной экономике, лежит инновационная направленность стратегии и тактики развития производства. Инновационная активность экономики приобрела характер центрального социально-экономического процесса в индустриально развитых странах. Изменения факторов производства выражаются в возрастании их информационной, интеллектуальной и инновационной составляющих. Эти тенденции тесно связаны с трансформацией форм и методов организации субъектов хозяйственной деятельности и управления ими.

В последние годы произошли значительные изменения в деятельности, поведении и философии корпорации. Ее задачей теперь становится Координация разнородных видов деятельности, имеющих выходы на различные товарные рынки. Сама корпорация становится средоточием связи многих рынков и заинтересованности влиятельных групп.

Это потребовало пересмотра подходов к принципам и функциям менеджмента. Например, в центре внимания менеджера находятся ключевые факторы успеха компании, формирование преимуществ в конкурентной борьбе, характеристика влияния внешних и внутренних факторов среды на стратегическое положение компании.

Изменение характера экономического развития потребовало создания новой парадигмы управления, все большее значение получают типы поведения предприятия, направленные на достижения. Организация рассматривается как открытая система, ориентированная на внезапные и резкие изменения во внешней и внутренней среде (в технологиях, рынках, поведении конкурентов, социально-политическом и экономическом окружении). Меняются механизмы, структуры, методы и подходы менеджмента. Значительные изменения происходят в понимании процесса управления. Процессуальный подход, логика организации и координации в менеджменте также видоизменяются. В процессе управления обязательны своевременная реакция на изменения в окружающей среде, четкая корреляция усилий и вознаграждения, установление долевого участия работников в прибыли, непосредственное участие менеджера в работе групп на всех этапах, а также четкое видение организации и ее будущего.

Одним из важных компонентов финансовой устойчивости является наличие у организации финансовых ресурсов, необходимых для развития производства. Финансовые ресурсы могут быть сформированы в достаточном размере лишь при условии эффективной работы организации, обеспечивающей получение прибыли. При этом для поддержания финансовой устойчивости важна не только абсолютная величина прибыли, но и ее уровень относительно вложенного капитала или затрат организации, т.е. рентабельность.

Высшей формой финансовой устойчивости организации является ее способность развиваться в условиях изменяющейся внутренней и внешней среды. Для этого она должна обладать гибкой структурой финансовых ресурсов и при необходимости иметь возможность привлекать заемные средства, т.е. быть кредитоспособной. Достижение желаемого уровня устойчивого развития предприятия требует обеспечения запаса устойчивости и необходимого приращения результатов деятельности за счет интенсивных факторов производства.

Финансовую устойчивость целесообразно измерять показателями, характеризующими различные виды соотношения между собственными и заемными источниками средств, используемыми для формирования имущества, отраженного в активе баланса.

На финансовую устойчивость организации влияет большая совокупность факторов, которая должна учитываться при принятии управленческих решений в сфере финансового менеджмента.

Чтобы эффективно управлять предприятием, необходим риск-менеджмент в качестве поддержки в планировании и снижении рисков. Они нуждаются в аналитике, основанной не только на анализе процессов и финансовой составляющей, но и предоставляющей возможность более глубокого анализа рынков, клиентов и различных ресурсов.

Список литературы:

1. Косолапова, М. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. /М. В. Косолапова, В. А. Свободин. –М.: Дашков и Ко, 2011 г
2. Левахина, Е. Д. Анализ финансовой отчетности. Краткий курс / Е. Д. Левахина. –М.: Окей-книга, Бизнес Волга, 2011 г.
3. Маркарьян, Э. А. Финансовый анализ / Э. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко, С. Э. Маркарьян. –М.: КноРус, 2011 г.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ МИНИМИЗАЦИИ КРЕДИТНЫХ РИСКОВ КАК ФАКТОР АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМОЙ

М.Т. Жоламанова, А.С. Асилова, А.М. Нургазина
Казахский национальный университет имени аль-Фараби,

В современных условиях формирования полноценных рыночных отношений значительно расширяется сфера кредитных отношений и увеличивается объем кредитных вложений, тем самым повышается роль кредита в развитии экономики. От эффективности и бесперебойности функционирования кредитного механизма зависят не только своевременное получение средств отдельными хозяйственными единицами, но и темпы экономического развития страны в целом. Организация кредитного обслуживания предприятий, фирм, учреждений и населения, функционирование кредитной системы играют исключительно важную роль в развитии хозяйственных структур. Прежде всего, велика роль кредита в обеспечении бесперебойности процесса производства и реализации продукции. Потребность в кредите предприятий, организаций и других хозяйствующих субъектов обусловлена тем, что время поступления средств от реализации продукции не всегда совпадает со временем возникновения необходимости произвести расходы на приобретение материальных ценностей, выплаты заработной платы и оплаты услуг. Вследствие неспособности заемщиков исполнить свои обязательства кредитная деятельность коммерческих банков сопровождается уменьшением части активов, то есть возникновением кредитных рисков. Главной причиной возникновения кредитных рисков является нестабильное финансовое состояние предприятий.

В связи с этим проблема управления кредитными рисками для банков приобретает большую актуальность, так как непосредственно связана с возможностью потери устойчивости финансового положения банков. При всем многообразии существующих методов управления банковскими рисками, природа возникновения, сущность и способы управления кредитными рисками являются недостаточно изученными. В этой связи весьма значимым становится исследование возникающих в коммерческой деятельности банков кредитных рисков: их измерение, оценка, методы и приемы снижения.

Теоретическим и практическим проблемам развития банковской системы и банковских операций были посвящены труды отечественных учёных экономистов Г.С. Сейткасимова, В.Д. Ли, М.С.Толегеновой, Н.Н. Хамитова, У.М. Искакова, Н.К. Кучукова, С.Б.Мақыша, Н.Н. Ибришева, К.К. Копбаевой, Г.Б. Танирбергеновой, С.Р. Раимова, К.Б. и т.д.

Проблемы финансовых и кредитных рисков исследуются в трудах российских ученых О.И. Лаврушина, Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой, Г.В. Савицкой, В.В. Ковалева, И.Т. Балабанова, П.Г. Грабового, Т.В. Осипенко, А.В. Воронцовского, Е.В. Цветковой, Г. Андреевой и т.д.

Риск – одна из важнейших концепций производственной, инвестиционной и финансовой деятельности любой организации. На протяжении всего периода реформ миллионы людей смогли убедиться в справедливости одного из основных положений современной теории финансов – получение более высокой доходности и прибыли неразрывно связано с более высоким риском.

Современный банковский рынок немалым без риска. Он присутствует в любой операции, только риск может быть разных масштабов. Поэтому для банковской деятельности важным является не исключение риска вообще, а предвидение и снижение его до минимального уровня.

Исходя из анализа работ, посвященных проблеме финансового риска, таких авторов, как Е.С.Стояновой, Е.Е. Вершигора, Д.А. Артеменко, А.В. Митюгова, А.М. Ковалева и т.д., можно заметить, что эти исследователи выражают самые разные точки зрения и подходы.

С точки зрения Е.Е. Вершигора риск – это правомерное создание опасности в целях достижения общественно полезного результата, который не может быть получен обычными, нерискованными средствами. Чаще всего риск связан с неопределенностью результата. Идущий на риск не может однозначно прогнозировать выигрыш от эффективного результата. Риск – это отклонение от испытанного пути решения вопроса.

П.Г. Грабовый, Б.А. Лагоши, О.И. Лаврушин, Е.Ф. Жуков, К.Д. Валравен и т.д. под рисками понимают угрозу потери части своих ресурсов, недополучение доходов или осуществление дополнительных расходов в результате проведения финансовых операций.

И.Т.Балабанов в книге по риск-менеджменту дает следующее определение: «Под риском понимается возможная опасность потерь, вытекающая из специфики тех или иных явлений природы и видов деятельности человеческого общества, риск – это историческая и экономическая категория».

Таким образом, авторы в каждом конкретном случае определяли, не что такое риск вообще, а применительно к конкретной сфере деятельности.

В толковых словарях «риск» обычно определяется как «опасность, возможность убытка или ущерба». Таким образом, в рассмотренных определениях указано то, что может наступить. Это «убыток», «ущерб», «потери», «потеря доходов», «появление дополнительных расходов», «отклонение результата от запланированной величины».

Казахстанская банковская система характеризуется высокой кредитной активностью – около 60-70% вложений банков приходится на кредиты. С одной стороны, тенденция увеличения объемов кредитов только радует: финансово-кредитные институты выполняют свою прямую миссию – кредитуют реальный сектор экономики. Однако, с другой стороны, это делает актуальной проблему управления возникающими кредитными рисками.

Кредит – это осуществление банком заёмных, лизинговых, факторинговых, форфейтинговых операций, а также учет векселя.

В «Инструкции о требованиях к наличию систем управления рисками и внутреннего контроля в банках второго уровня» КФН дано следующее определение кредитного риска. Кредитный риск – риск возникновения расходов (убытков) вследствие нарушения клиентом первоначальных условий договора (контракта) по исполнению им взятых на себя денежных обязательств при проведении заёмных, лизинговых, факторинговых, форфейтинговых, ломбардных операций, операций по выплате банковских гарантий и других операций.

Кредитный риск – опасность неуплаты заёмщиком основного долга и процентов, причитающихся кредитору.

По мнению Г.Ш. Копбаевой кредитный риск - совокупность рисков, которые могут возникнуть из-за неспособности или нежелания заёмщика исполнить свои обязательства и отражают вероятность уменьшения части активов банка.

С точки зрения Г.С. Сейткасимова кредитный риск – это риск неплатежа по банковской ссуде из-за невыполнения заёмщиком своих финансовых обязательств.

Кредитный риск или риск невозврата долга некоторые ученые определяют как неуверенность кредитора в том, что должник будет в состоянии выполнить свои обязательства в соответствии со сроками и условиями кредитного соглашения.

Чаще всего в научной литературе встречается следующая интерпретация кредитного риска – вероятность полного или частичного невыполнения заёмщиком основных условий кредитного договора.

Изучив работы зарубежных и отечественных авторов по проблеме управления кредитными рисками, а также определение, данное КФН, мы склоняемся к следующему определению кредитных рисков.

Риск – это экономическая категория, которая возникает в результате деятельности банка при не выполнении им основных принципов кредитования (обеспеченность, целевое использование, дифференцированность) и несоблюдения заёмщиками условий договора по исполнению ими принятых на себя денежных обязательств в результате которого возникает предпосылки финансовых потерь банка.

Кредитный риск – основной вид риска в активных банковских операциях, поэтому особенно важно его правильно оценивать и прогнозировать. Кредитные риски имеют широкую сферу их возможного проявления и зависят от стадии прохождения операции.

Кредитный риск лежит в основе взаимоотношений между банком и клиентом по договору займа (гарантии, аккредитива и др.) и зависит как от клиента, так и от банка. В зависимости от источников проявления факторы, влияющие на кредитный риск, могут быть внутренними и внешними.

Факторы, носящие внутренний характер, зависят от внутренней среды банка. К внутренним факторам, оказывающим влияние на кредитный риск, относятся: кредитная политика банка; организация кредитного процесса; процедуры и методология; компетентность персонала.

Факторы, носящие внешний характер, зависят от внешней среды. К основным внешним факторам, оказывающим влияние на кредитный риск, относятся: риск невыполнения заёмщиком своих обязательств; риски неблагоприятных изменений рыночной ситуации; вероятность потерь в результате изменений в экономическом состоянии отрасли и степени этих изменений как внутри отрасли, так и по сравнению с другими отраслями; экономические риски; политические риски; природные риски и др.

Банк не может повлиять на внешние факторы, он может только оценить их и принять меры по снижению влияния данных факторов.

Однако кредитный риск зависит не только от внешних факторов, но и от качества кредитной работы в банке, квалификации сотрудников кредитного подразделения. В свою очередь, качество кредитной работы влияет на финансовые показатели банка как посредством начисленного и полученного процентного дохода, так и через механизм формирования резервов на возможные потери по ссудам.

Для определения качества кредитной работы необходимо проверить соответствие осуществляемых операции принятой в банке кредитной политике, техническим порядкам и проанализировать состояние отдельных кредитов.

Риск – это финансовая категория. Поэтому на степень и величину риска можно воздействовать через финансовый механизм. Такое воздействие осуществляется с помощью приёмов финансового менеджмента и особой стратегии. В совокупности стратегия и приёмы образуют своеобразный

механизм управления риском, т.е. риск-менеджмент. Таким образом, риск-менеджмент представляет собой часть финансового менеджмента.

С целью эффективного управления кредитными рисками в банках 2-го уровня отработан новый бизнес-процесс с учетом разделения функций продаж и управления рисками, и внедрена система риск-менеджмента.

Риск-менеджмент – единая система управления рисками, охватывающая весь организационный процесс оценки рисков, принятия и исполнения решений и контроля за их исполнением. Данная система включает в себя стратегию банка, организационную структуру, процедуры, технологии и продукты, позволяющие выработать цели рискованного вложения капитала, выявить степень, величину и вероятность наступления риска, выбрать стратегию управления риском и механизмы его снижения.

Риск-менеджмент включает в себя стратегию и тактику управления.

Под стратегией управления понимается направление и способ использования средств для достижения поставленной цели. Этому способу соответствует определённый набор правил и ограничений для принятия решения. Стратегия позволяет сконцентрировать усилия на вариантах решения, не противоречащих принятой стратегии, отбросив все другие варианты. После достижения поставленной цели стратегия как направление и средство её достижения прекращает свое существование. Новые цели ставят задачу разработки новой стратегии.

Принятие рисков должно быть продуманным и взвешенным, поэтому управление кредитными рисками является основным содержанием работы банка в создании новых кредитных продуктов, осуществлении кредитных операций и охвате всех стадий кредитного процесса - от анализа кредитной заявки потенциального заемщика, до погашения принятых им на себя обязательств и рассмотрения возможности возобновления кредитования.

Управление кредитным риском составляет органичную часть управления процессом кредитования в целом и требует правильной организации службы управления рисками, высокой квалификации и профессиональной интуиции сотрудников банка, в обязанности которых входит управление кредитными рисками.

В связи с этим рассмотрим организационную структуру управления кредитными рисками отечественных банков. Основным принципом построения организационной системы управления кредитными рисками банков второго уровня Казахстана является принцип разграничения полномочий между организационными уровнями, т.е. отделение функций управления от функций продаж, что позволяет банку избежать конфликта интересов. Именно с учетом этого принципа сформирована организационная структура риск-менеджмента банка, представленная на рисунке, которая подчиняется непосредственно руководству банка и Совету Директоров.



Рисунок 1 – Организационная структура управления кредитными рисками коммерческого банка

Совет Директоров осуществляет общее руководство по управлению кредитными рисками, утверждает Политику управления кредитными рисками, положения и процедуры по оценке, измерению, ранжированию и мониторингу кредитных рисков и рассматривает предоставляемую структурными подразделениями информацию и отчетность по имеющимся кредитным рискам и вопросам управления ими.

Правление осуществляет руководство текущей деятельностью Банка по управлению кредитными рисками, рассматривает и одобряет Политику управления кредитными рисками, ее Положения и Процедуры, утверждает процедуры и методологии внутреннего кредитного анализа, рейтинговой оценки и др. На основе предоставляемой структурными подразделениями информации и отчетности Правление осуществляет мониторинг подверженности банка и его дочерних организаций кредитному риску по балансовым и внебалансовым операциям и определяет степень его влияния на финансовое положение банка.

Комитет по управлению активами и обязательствами (УАиО) осуществляет управление портфельными кредитными рисками, анализирует представляемую ответственными структурными подразделениями информацию по кредитным рискам и утверждает лимиты на эмитенты ценных бумаг финансовых организаций и банки-контрагенты, а также на портфельные кредитные риски.

Кредитные комитеты Головного офиса и филиалов оценивают кредитные риски и принимают решения по их приемлемости и вопросам управления рисками в рамках своих полномочий.

Комитет по аудиту проводит работу по совершенствованию организации и повышению эффективности работы системы внутреннего контроля и внутреннего аудита банка в рамках реализации Политики внутреннего контроля и Политики управления рисками.

С целью построения эффективной системы управления рисками в банке образованы Департамент анализа и управления рисками и Департамент кредитных рисков, а также в филиалах введены должности кредитных риск-менеджеров, которые находятся в непосредственном подчинении Департамента кредитных рисков.

Департамент анализа и управления рисками является ответственным подразделением по управлению финансовыми и операционными рисками, портфельными рисками в части рисков по межбанковским операциям и операциям с ценными бумагами финансовых организаций. Проводит макроэкономический анализ и прогнозирование, оценку и измерение рисков, разработку предложений по лимитам на кредитные риски портфелей и мониторинг их соблюдения, а также выполняет другие функции в соответствии с Положением о Департаменте.

Департамент кредитных рисков является ответственным подразделением за организацию, координацию и регулирование работы по управлению рисками в кредитном процессе, построение эффективной системы кредитного риск-менеджмента, анализ и мониторинг кредитной деятельности банка и его дочерних организаций. Принимает адекватные меры по недопущению ухудшения качества кредитного портфеля, организует и координирует работу по возврату проблемных кредитов и мониторингу предоставленных займов, проверке кредитных операций, совершенных дочерними организациями, а также выполняет другие функции в соответствии с Положением о Департаменте.

На уровне филиалов управление кредитными рисками возложено на кредитных риск-менеджеров, принимающих непосредственное участие в кредитном процессе филиала. В обязанности кредитных риск-менеджеров входит оценка кредитных рисков в ходе рассмотрения заявок и мониторинга предоставленных займов, подготовка заключений по рискам, присвоение кредитных рейтингов, мониторинг кредитной деятельности филиала, контроль за соблюдением установленных лимитов кредитования, действующих Политик и Процедур, а также исполнение других функций и задач, определенных Положением о кредитном риск-менеджере филиала.

Реализация решений в области управления кредитными рисками возложена на Департамент корпоративных финансов, Департамент малого и среднего бизнеса, Департамент развития бизнеса, кредитные подразделения филиалов и другие структурные подразделения, участвующие в кредитном процессе.

Функции по формированию кредитных досье исполняет Мидл-Офис – Управление кредитного администрирования (по кредитам Головного офиса), подчиняющееся непосредственно Заместителю Председателя Банка, курирующему кредитную деятельность и аналогичные подразделения в филиалах (по займам, предоставляемым филиалами).

Контроль над соблюдением структурными подразделениями банка Политики управления кредитными рисками возлагается на Департамент кредитных рисков и Внутренний аудит банка. Аудит проводится на регулярной основе для периодической оценки систем контроля и подтверждения того, что персонал на всех уровнях при выполнении своих обязанностей придерживается установленных руководством правил.

Стратегия банка по управлению кредитными рисками отражает его толерантность (терпимость) к риску. Оптимальное сочетание возможных рисков и доходности банка является одной из задач риск-менеджмента коммерческого банка.

Стратегия банка по вопросам управления кредитными рисками является составной частью утвержденного Советом Директоров Стратегического плана развития банка, одной из основных задач которого является поддержание оптимального качества активов и эффективное управление рисками, а также, выстраивание и укрепление системы кредитного риск-менеджмента, внедрение института кредитных риск-менеджеров в филиалах.

Система слежения за рисками, позволяет руководству банка контролировать действия сотрудников, получивших полномочия на самостоятельное ведение операций. При оценке данной системы необходимо, прежде всего, обратить внимание на её направленность, на выявление и мониторинг кредитных, рыночных, операционных рисков и рисков ликвидности.

Действенным методом кредитного риск-менеджмента служит метод **делегирования полномочий и распределения зон ответственности**.

Процесс делегирования полномочий и распределения ответственности целесообразно осуществлять на трех уровнях: коллегиальные органы, подразделение риск-менеджмента, структурные подразделения. Ответственность коллегиальных органов заключается в определении (утверждении) политики управления кредитным риском и фиксации уровня толерантности банка к риску, которые должны доводиться соответствующим подразделениям для выполнения. Толерантность банка к кредитному риску имеет большое значение для формирования и успешной реализации его стратегии. Для эффективности стратегии она должна быть совместима с толерантностью к риску, на которую рассчитывают акционеры и которая принимается Правлением. Для обеспечения соблюдения принятых уровней толерантности к риску они должны доводиться соответствующим подразделениям и быть частью культуры банка. Уровни толерантности к риску, которые подлежат анализу (этап оценки), доводятся подразделениям, которые принимают риски от имени банка в виде лимитов и ограничений. Толерантность к риску, которая имеет только качественные характеристики, доводится в виде правил, стандартов поведения и т. п. Доведение уровней толерантности к риску структурным подразделениям банка недостаточно для обеспечения удержания рисков в допустимых границах. Также важным является информирование руководства и Правления Банка про существенные отклонения от принятых политик по управлению рисками и установленных ограничений. Кроме того, необходимо, чтобы в случае несоблюдения политик и/или превышения лимитов употреблялись соответствующие управленческие меры.

Структурные подразделения должны нести ответственность за управление кредитным риском, согласно установленным уровням толерантности к риску, а также за результаты (как позитивные, так и негативные) от принятия этого риска. Такая ответственность должна существовать независимо от существования подразделения, которое выполняет функции риск-менеджмента.

Управление кредитными рисками — это не одномоментное, одноразовое мероприятие. Под воздействием внешних и внутренних факторов открытые рисковые кредитные позиции отклоняются от заданных траекторий, создавая угрозы для банка. Противостоять этому призван метод комплексного мониторинга кредитных рисков.

Природа банковской деятельности такова, что наличие четко определенных планов взаимодействия различных уровней руководства, строгое разграничение полномочий и обязанностей является необходимым условием успешного функционирования коммерческих банков. Изучение и анализ организационной банковской структуры позволяет выявить конструктивные недостатки в работе и оценить его эффективность с точки зрения контроля руководства за состоянием дел в коммерческом банке.

Как видим кредитный риск, являясь одним из основных видов рисков банковского сектора, который стал неотъемлемой частью процесса кредитования. Кредитный риск, представляя собой угрозу возникновения у банка убытков вследствие несоблюдения заёмщиками первоначальных условий договоров по исполнению ими принятых на себя денежных обязательств, вынуждает менеджмент банка регулярно разрабатывать и совершенствовать методы управления ими. Риску можно избежать, т.е. просто уклониться от мероприятия, связанного с риском. Риском можно управлять, т.е. использовать различные меры, позволяющие в определенной степени прогнозировать наступление рискового события и принимать меры по снижению степени риска.

Список литературы:

1. Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан от 25 декабря 2013 года №294 «О внесении изменений и дополнений в некоторые нормативные правовые акты по вопросам регулирования банковской деятельности»
2. Сейткасимов Г.С. Деньги, кредит, банки. – 4-е изд., испр. и доп. - Астана : КазУЭФимТ, 2012. - 542 с.

3. Исаков У.М. Деятельность банков второго уровня на кредитном рынке Казахстана //КазЭУ хабаршысы. – 2012. – № 2.- С.122-126.
4. Кучукова Н.К. Становление и развитие банка РК и его роль в стабильном развитии национальной экономики //Финансовый менеджмент. – 2012. - № 11. – С.50-57.
5. Лаврушин О.И. Банковское дело. - М.: Банковский и биржевой научно-консультационный центр. - 2013. – 360 с.
6. Финансы. Денежное обращение. Кредит: учебник для вузов/ Л.А. Дробозина, Л.П. Окунева, Л.Д. Андросова и др.; под ред. проф. Л.А. Дробозиной. - М.: Финансы, ЮНИТИ, 2009 – 410 с.
7. Вершигора Е.Е. Менеджмент. – Москва: Инфра-М, 2008. – 280 с.
8. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент. - 10-е изд. / пер. с англ. под ред. к.э.н. Е.А.Дорофеева. – СПб.: Питер, 2011. – 960 с.
9. Положение об Агентстве Республики Казахстан по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций от 31 декабря 2003 года
10. Копбаева Г.Ш. Подходы к организации системы управления кредитными рисками (Опыт Банка ТуранАлем) // Банковские услуги. – 2009. - №1. – С. 10-16
11. Екушев А. Оценки риска в банковском менеджменте // Банковские технологии. – 2010. - №1. – С. 42-45.
12. Овчаров А.О. Методы управления банковскими рисками // Банковские услуги. – 2010. - №6. – С. 28-32.
13. Камионский С.А. Менеджмент в российском банке: опыт системного анализа и управления. — М.: УРСС, 2010. — 286 с.
14. Масленченков Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке. — М.: Перспектива, 2011. — 356 с.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК СТРАТЕГИЯ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ: ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПОДХОДЫ И ПРОГНОЗЫ

Аубакирова Ж.Я., Айтбембетова А.Б., Нурманова Б.З. Современные социально-экологические проблемы и вопросы развития	3
Бодаубаева Г.А., Жолдасова А. Ж. Қазақстанда инновациялық кәсіпкерлікті дамыту мәселелері	5
Bekturganova M.S., Ilyashova G.K. Financial and marketing tools in the crisis management system	7
Kabylkairatkyzy R., Nurgazy S. Analysis of energy consumption in Kazakhstan	9
Абділхакова Ж.А., Бейсенбаева М.Ж. ҚР-дың жоғары оқу орындарының инновациялық дамуының кейбір өзекті мәселелері.....	12
Кадырханова Ж.М. Анализ современного этапа реализации целей устойчивого развития.....	15

СЕКЦИЯ 2. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Мухтарова К.С. Проблемы эффективного управления экономикой региона в Республике Казахстан	20
Мылтыкбаева А.Т. Инновационное предпринимательство как перспектива развития малого бизнеса в Казахстане.....	26
Akhmetova Z., Rose D. Merchandising as the instrument of regulation of sales volumes in retail trade.....	31
Altay Y.Zh. Government regulation on innovation	33
Galymkzy G. Management of innovation entrepreneurship.....	35
Mendygaliyev K., Issakova M.M. Impact of logistics management on competitiveness of companies.....	37
Kozhahmetova A.K. Management large-scale projects in high technologies.....	41
Khudaibergerova S. The development of SME in Kazakhstan: challenges and opportunities.....	45
Kupeshova S.T. The competitiveness of Kazakhstan's economy	48
Chernov A.V., Manapova U.M. Human resource management in multinational corporations	54
Nurgali A.A. Ways to increase competitiveness of enterprises in the conditions of innovative development	57
Orynbasarov N.E. Current trends of development of institute of public service of the Republic of Kazakhstan	60
Sermagambet U. M. Ways to increase public administration's efficiency in the higher education sphere.....	62
Sultanova K.G. Management of innovative activity of enterprises in terms of modern economic conditions of Kazakhstan.....	65
Tynabekova G.N. Ways and effectiveness of the implementation of innovative activity in the framework of public-private partnership.....	67
Turginbayeva A.N., Tanassoglo Y. The current state of innovation activity in the Republic of Kazakhstan.....	70
Yesbolganova G.K. Current issues of strategy of innovative development in enterprises	73
Zhidebekkyzy A. Analysis of commercialization of green technology projects	75
Zhussupgazina R.R. The role of marketing in the management of the company	78
Абдеш Е.Б. Қазақстандағы инновациялық қызметті қаржыландыру механизмдерін жетілдіру.....	81
Абдрашова А.М. Роль профессионального менеджмента в разработке и реализации инновационной стратегии компании.....	85
Акимжанова А.А. Организация деятельности технопарковых структур Республики Казахстан	87
Алибаева Ж.Р. Современные инструменты антикризисного управления в сфере банковской деятельности РК	89
Амандыкова М.Т. Персоналды басқаруды жетілдіру.....	91
Тажиева С.К. Қазақстан Республикасындағы инновациялық дамудың ерекшеліктері мен болашағы	94
Жумагазиева А.Г. Дағдарыс жағдайындағы корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік	98
Беласарова А. Анализ регулирования внешнеэкономической деятельности Республики Казахстан в условиях глобализации	102
Турлыбекова Н.М. Коммуникация жүйесіндегі интернет-маркетингтің ерекшелігі	106
Абильгазиева А.Б. Динамика развития технопарков Казахстана	110
Igor Fernández Plazaola World wide crisis spanish case.....	113
Lazanyuk I.V., Kareke G.T. Risk-management in the innovation project.....	117
Насурллаев Х. Венчурное финансирование инновационных проектов в Республике Казахстан	119
Abduali B.A. Prospects of development of the Eurasian Economic Union.....	122
Dosbolova D. Precarization of employment: main forms and its impact on the society	125
Александрова И.А. Система управления, казахстанская и международная государственная политика в сфере высшего образования и науки.....	127
Мукаев Д.Т. Роль инноваций в сфере образования и развития	130

Домалатов Е.Б. Қазақстан Республикасындағы инновациялық қызметті мемлекеттік реттеудің құқықтық аспектілері.....	132
Асқаров Ғ.А. Қазақстан Республикасын көлік инфрақұрылымының қазіргі жағдайын талдау	136
Асанова А.Д., Пашаева Ж.А. Анализ инновационного потенциала предприятий Республики Казахстан.....	140
Ахметкалиева С.К. Теоретико-множественное описание механизмов функционирования снабженческой логистики при поставке ресурсов	142
Әбдікұл М.К. Кәсіпорынның инновациялық қызметін ұйымдастыру	145
Байбульсинов С.Р. Некоторые аспекты по управления материальными запасами на предприятии	147
Баймуханбетова Э. Е. Вопросы профессионального менеджмента в системе высшего образования	153
Бейжанова А.Т. Инновациялық маркетингтік технологиялар түсінігі және оның ерекшеліктері	155
Ғабит С. Тәуекел жағдайында инвестициялық жобалардың тиімділігін бағалау әдістері	159
Дарханбай Б. Қазақстандағы мақта шаруашылығына инновациялық технологияларды қолдану.....	162
Джумамбаев С.К. Сравнительный анализ антикризисных программ развитых и развивающихся стран.....	166
Джулаева А.М., Тумбай Ж.О. Управление качеством как ключевой фактор обеспечения конкурентоспособности предприятия.....	172
Елтай А.М. Қазақстан Республикасындағы инновациялық қызметін мемлекеттік реттеу	175
Есенжігітова Р.Ғ. Инновациялық даму бағытындағы кәсіпорын персоналын басқару стратегиясы.....	177
Ешенкожаева Ж.Ж. Особенности формирования эффективной инфраструктуры для индустриально-инновационного развития.....	180
Жаксылыкова А. Механизм финансирования закупочной деятельности как фактор совершенствования процесса государственных закупок.....	183
Жаксыгулова Г.К., Мырзабекова М.Ж., Орхан Akbulut Развитие маркетинга имиджа территории: опыт Турции	186
Нурсейтова Г.Б., Жұмақан Д.С. Социальное проектирование в управлении развитием транспортной системы города Алматы.....	188
Қайратбекқызы А. Заманауи білім беру менеджментінің өзекті мәселелері.....	190
Ахметова З.Б., Ким И.А. Анализ современного состояния и предпосылки развития интернет-маркетинга в РК..	193
Кожамкулова Ж.Т. Анализ конкурентных преимуществ продукта на основе мультиатрибутивной модели выбора товара	197
Көпжанов Қ.С. Жергілікті билік деңгейінде жұмыс бастылықпен жұмыссыздықты басқару	199
Кунанбаева Д.А. ҚР-да борышкерлерді оналту жүйесін жетілдіру туралы	202
Кусмолдаева Ж.Ж. Государственные инициативы развития инновационной деятельности в РК как элемент антикризисного управления	205
Мұратқалиұлы Т. Ұйымдағы интерактивті маркетингтің дамуының шетелдік тәжірибесі.....	209
Мухтар Е.С. Проблемы и пути их решения в системе государственных закупок РК.....	212
Нурсейтова Г. Б., Нысанбаева Ж.Д. Развитие нефтехимической промышленности в Казахстане	215
Игликов И.В., Сулейменов И.Э., Нуртазин А.А., Семенякин Н.В., Панченко С.В., Тасбулатова З.С. Новые подходы к развитию малой энергетики как инструмент преодоления инновационного сопротивления: роль молодежных стартаповских компаний.....	218
Оразкулова С.С. Пути повышения мотивации труда государственных служащих	222
Парымбек Г. Б. Инновациялық маркетингтің мазмұны	226
Пашаева Ж. А. Пути сокращения безработицы и роста занятости населения в Казахстане.....	228
Ризабек С.Г. Лидерство в условиях фундаментальных изменений: зависимость эмоционального состояния команды от стиля руководства	232
Рысбаева Б.Б. Қазақстан Республикасында ел брендіні қалыптастыруда біріккен маркетингтік коммуникациялардың маңыздылығы	235
Сансызбаева Г.Н., Сансызбаев С.Н. Развитие государственно-частного партнерства как условие решения кризисных проблем.....	238
Сақыбай Ж.А. Қазақстан Республикасының көтерме саудадағы өткізу қызметінің даму мәселелері және бағыттары.....	242
Сияз С. Басқару қызметіндегі жобалық менеджменттің рөлі.....	247
Смағұлова Г.С. Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік қызметке персоналды іріктеу ерекшеліктері.....	249
Сокира Т.С. Формирование проектной культуры в образовательном пространстве ВУЗа	252
Жатқанбаев Е.Б., Сугурбаева А.Т. Местные органы власти и благоустройство территории	255
Сулейменов И.Э. , Нуртазин А., Сулейменова Р.Н. , Тасбулатова З.С. К вопросу о роли немонетарной мотивации в стимулировании инновационной деятельности	258
Сулейменов И.Э., Нуртазин А., Сулейменова Р.Н., Тасбулатова З.С. Концепция креативного потребления как одно из средств преодоления текущего глобального кризиса	262
Төлешова Б. Аймақтарда инновациялық жобалардың жүзеге асырудың мәселелері.....	267
Тулеу А.Б. Қазақстан Республикасы ауыл шаруашылығының бәсекеге қабілеттілігін дамыту	270

Тыныбекова А.С. Планирование и развитие профессиональной карьеры	274
Тышканбаева М.Б. Логистизация предприятия нефтегазовой отрасли РК	276
Джулаева А.М., Тумбай Ж.О. Экономико-правовые основы инновационного развития Казахстана	280
Унербаева Р.У. Қазақстан Республикасының әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттары және оларды жүзеге асыру бағыттары	283
Шарапиева М.Д. Логистикалық үдерістерді сипаттау үшін case (computer aided system engineering) технологияларын пайдалану	286
Шеденов Ө.Қ. Мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету жолдары мен тетіктері	289
Шуренов Н.Б. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтаудың әдістерін салыстырмалы талдау	292
Усманов А. Способы коммерциализации инновационных разработок	296
Лян Юнган Антикризисное управление предприятием	299
Макенова А. Анализ содержания законов Республики Казахстан в области страховой деятельности	304
Есмурзаева А.Б. ҚР Нанотехнологиялар саласының қазіргі жағдайын талдау	309
Taubaldy A.E. Foreign experience of the state support of development of science and technology parks	311
Раймов А.К. Әл-фараби атындағы қазуу мен «ғылым ордасы» ҒЗИ-ның білім беру саласындағы ынтымақтастық жобасының жүзеге асуы	314
Ашығали Д.М. Теоретические аспекты формирования стратегии организации	317
Бермухамедова Г.Б., Берденов А.С. Корпоративная социальная ответственность в системе управления предприятием	320
Бермухамедова Г.Б. Тенденции развития туристского рынка Казахстана	324
Еркулова Г.С., Маркабаева Э. Н. Форсайт в стратегическом планировании компании	327
Софиева К.А. Менеджмент как организация управления фирмой	330

СЕКЦИЯ 3. ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УЧЕТА И АНАЛИЗА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Байдильдина А.М., Жунисова Г.Е., Купенова Ж.К. Стратегический анализ как инструмент обеспечения конкурентоспособности в управлении предприятием (на примере фармкомпании)	333
Байдәулетов М.Б., Ақылбаева Г.Қ. Салықтық аудиті: мағынасы мен мақсаты	337
Зайнуллина И.С., Төлегенова Н.С. Банк жүйесінің аудиті мен сақтандыру компаниялары есебінің ерекшеліктері	339
Султанова ББ., Нусупова Э.Б. Роль государственного контроля и аудита в управлении экономикой государства	343
Аскарова Ж.А., Товма Н.А., Бекзатова Б., Зеимханова А. Организация учета и анализа затрат в туризме	346
Ноянов М.Е., Ахметов М.Б. Кәсіпорынның қаржылық қауіпсіздігін басқару жүйесіндегі қаржылық тәуекелдер	349
Адилгереева К. Ж. Қазақстан Республикасының газ саласының қазіргі жағдайы	352
Джаншанло Р.Е. Концепция устойчивого развития экономики возможности ее реализации в Казахстане	355

СЕКЦИЯ. 4 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ АРХИТЕКТУРЫ КАК ФАКТОР АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Ли В. Д. Тенденции развития экономики Казахстана в условиях нестабильности финансового сектора	362
Алиева Б.М., Даулиева Г.Р., Дарибаева М.Ж. Қаржылық архитектураны жетілдіруде қаржы нарығын реттеудің бағыттары	365
Ахметова Г.И. Қазақстандағы банк секторының қазіргі таңдағы даму жағдайы	368
Ермекова Ж.Ж. Формирование новой структурной экономики в рамках антикризисной политики РК	371
Супугалиева Г.И., Тұрлыбекова А.Ж., Кукиев А.Ж. Қаржылық архитектураны жетілдірудегі банктік басқару мәселелері	373
Сеилханова М.Т., Шалкибаева Ж.А. Взаимосвязь налогового стимулирования и налогового потенциала	377
Мейрам К.Е., Тасбулатова Ү.А. Экономикалық дағдарыс жағдайындағы салықтардың ынталандырушы қызметінің рөлі мен маңызы	380
Кизимбаева А.Б. Инновационный финансовый менеджмент	382
Жоламанова М.Т., Асилова А.С., Нургазина А.М. Совершенствование методов минимизации кредитных рисков как фактор антикризисного управления банковской системой	385

Ғылыми басылым

**«СЫРТҚЫ ОРТАНЫҢ ТУРБУЛЕНТТІЛІГІ ЖАҒДАЙЫНДА
ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫН DAҒДАРЫCҚА ҚАРСЫ БАСҚАРУ» атты
халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
МАТЕРИАЛДАРЫ**

Алматы қаласы, 24-25 қараша 2016 ж.

Шығарушы редакторы *А. Шуриева*
Компьютерде беттеген *Г. Шаккозова*
Мұқаба дизайны *А. Қалиева*

ИБ № 10178

Басуға 18.11.2016 жылы қол қойылды. Формат 60x84 ¹/₈.

Көлемі 33,4 б. т. Тапсырыс № 5294. Таралымы 70 дана.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.

Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.

«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды.