

**КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»**

КОЛЛЕКТИВНАЯ МОНОГРАФИЯ

**«АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ЭКОНОМИКОЙ КАЗАХСТАНА В
УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ
ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ»**

Алматы, 2017

УДК 62

ББК 30.6

Б43

«Антикризисное управление экономикой Казахстана в условиях турбулентности внешней среды»/ Редакторы: д.э.н., профессор Мухтаровой К.С., доктор PhD Мылтыкбаевой, Алматы, 2016.

Б43

ISBN 978-601-04-2521-7

Т. 2016-146с.

Коллективная монография «Антикризисное управление экономикой Казахстана в условиях турбулентности внешней среды». Коллективная монография. / Под общей редакцией д.э.н., профессора Мухтаровой К.С., доктора PhD Мылтыкбаевой А.Т. – Алматы: «Қазақ университеті», 2016 г.

Коллективная монография разработана профессорско-преподавательским составом кафедры «Менеджмент и маркетинг» Высшей школой экономики и бизнеса КазНУ имени аль-Фараби в рамках реализации Послания Президента народу Казахстана «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие». Монография состоит из 5 разделов, каждый из которых посвящен различным проблемам антикризисного управления в современных условиях оразвития Казахстана. Предназначена для широкого круга читателей.

УДК 62

ББК 30.6

ISBN 978-601-04-2521-7

© Высшей школой экономики и бизнеса КазНУ имени аль-Фараби, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

1 ГЛАВА АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ РК

Проблемы эффективного управления экономикой региона в республике казахстан в современных условиях

Мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету жолдары мен тетіктері

The competitiveness of Kazakhstan's economy

The current state of innovation activity in the Republic of Kazakhstan

Қазақстан Республикасындағы инновациялық дамудың ерекшеліктері мен болашағы

Тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтаудың әдістерін салыстырмалы талдау

Қазақстан Республикасының әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттары және оларды жүзеге асыру бағыттары

Экономико-правовые основы инновационного развития Казахстана

Инновациялық даму бағытындағы кәсіпорын персоналын басқару стратегиясы

Role of event management in the economic development in Kazakhstan

2 ГЛАВА ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ РК

Развитие государственно-частного партнерства как условие решения кризисных проблем

Сравнительный анализ антикризисных программ развитых и развивающихся стран

ҚР-да борышкерлерді оналту жүйесін жетілдіру туралы

Инновационное предпринимательство как перспектива развития малого бизнеса в Казахстане

The development of SME in Kazakhstan: challenges and opportunities

Анализ инновационного потенциала предприятий в Республике Казахстан

Дағдарыс жағдайындағы корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік

3 ГЛАВА АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПО ОТРАСЛЯМ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Местные органы власти и благоустройство территории

Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік қызметке персоналды іріктеу ерекшеліктері

Роль инноваций в сфере образования и развития

Вопросы профессионального менеджмента в системе высшего образования

Management large-scale projects in high technologies

Лидерство в условиях фундаментальных изменений: зависимость эмоционального состояния команды от стиля руководства

Формирование проектной культуры в образовательном пространстве ВУЗа

Управление качеством как ключевой фактор обеспечения конкурентоспособности предприятия

Өндірістік өнеркәсіп салаларындағы шығындарды есепке алуды ұйымдастыру, калькуляциялау, бюджеттеу

4 ГЛАВА МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Коммуникация жүйесіндегі интернет-маркетингтің ерекшелігі

Анализ современного состояния и предпосылки развития интернет-маркетинга в РК

Анализ конкурентных преимуществ продукта на основе мультиатрибутивной модели выбора товара

Инновациялық маркетингтік технологиялар түсінігі және оның ерекшеліктері

Қазақстан Республикасында ел брендин қалыптастыруда біріккен маркетингтік коммуникациялардың маңыздылығы

5 ГЛАВА ЛОГИСТИКА И АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Проблемы пути их решения в системе государственных закупок РК

Социальное проектирование в управлении развитием транспортной системы города Алматы

Логистизация предприятия нефтегазовой отрасли РК

Логистикалық үдерістерді сипаттау үшін case (computer aided system engineering) технологияларын пайдалану

Теоретико-множественное описание механизмов функционирования снабженческой логистики при поставке ресурсов

Қазақстан Республикасын көлік инфрақұрылымының қазіргі жағдайын талдау

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

1 ГЛАВА АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ РК

Мухтарова К.С. Проблемы эффективного управления экономикой региона в республике казахстан в современных условиях

Шеденов Ө.Қ. Мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету жолдары мен тетіктері

Kupeshova S.T. The competitiveness of Kazakhstan's economy

Turginbayeva A.N., Tanassoglo Y. The current state of innovation activity in the Republic of Kazakhstan

Тажиева С.К. Қазақстан Республикасындағы инновациялық дамудың ерекшеліктері мен болашағы

Шуренов Н.Б. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтаудың әдістерін салыстырмалы талдау

Унербаева Р.У. Қазақстан Республикасының әлеуметтік-экономикалық даму мақсаттары және оларды жүзеге асыру бағыттары

Джулаева А.М., Тумбай Ж.О. Экономико-правовые основы инновационного развития Казахстана

Есенжігітова Р.Ф. Инновациялық даму бағытындағы кәсіпорын персоналын басқару стратегиясы

Alimova N.A. Role of event management in the economic development in Kazakhstan

2 ГЛАВА ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ РК

Сансызбаева Г.Н., Сансызбаев С.Н. Развитие государственно-частного партнерства как условие решения кризисных проблем

Джумамбаев С.К. Сравнительный анализ антикризисных программ развитых и развивающихся стран

Кунанбаева Д.А. ҚР-да борышкерлерді оңалту жүйесін жетілдіру туралы

Мылытыкбаева А.Т. Инновационное предпринимательство как перспектива развития малого бизнеса в Казахстане

Khudaibergenova S. The development of SME in Kazakhstan: challenges and opportunities

Асанова А.Д., Пашаева Ж.А. Анализ инновационного потенциала предприятий в Республике Казахстан

Жумагазиева А.Г. Дағдарыс жағдайындағы корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік

3 ГЛАВА АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПО ОТРАСЛЯМ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Жатқанбаев Е.Б., Сугурбаева А.Т. Местные органы власти и благоустройство территории

Смагулова Г.С. Қазақстан Республикасындағы мемлекеттік қызметке персоналды іріктеу ерекшеліктері

Мукаев Д.Т. Роль инноваций в сфере образования и развития

Баймуханбетова Э. Е. Вопросы профессионального менеджмента в системе высшего образования

Kozhahmetova A.K. Management large-scale projects in high technologies

Ризабек С.Г. Лидерство в условиях фундаментальных изменений: зависимость эмоционального состояния команды от стиля руководства

Сокира Т.С. Формирование проектной культуры в образовательном пространстве ВУЗа

Джулаева А.М., Тумбай Ж.О. Управление качеством как ключевой фактор обеспечения конкурентоспособности предприятия

Аманов А.Н. Өндірістік өнеркәсіп салаларындағы шығындарды есепке алуды ұйымдастыру, калькуляциялау, бюджеттеу

4 ГЛАВА МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Турлыбекова Н.М. Коммуникация жүйесіндегі интернет-маркетингтің ерекшелігі

Ахметова З.Б., Ким И.А. Анализ современного состояния и предпосылки развития интернет-маркетинга в РК

Кожамкулова Ж.Т. Анализ конкурентных преимуществ продукта на основе мультиатрибутивной модели выбора товара

Бейжанова А.Т. Инновациялық маркетингтік технологиялар түсінігі және оның ерекшеліктері

Рысбаева Б.Б. Қазақстан Республикасында ел бренді қалыптастыруда біріккен маркетингтік коммуникациялардың маңыздылығы

5 ГЛАВА ЛОГИСТИКА И АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Мухтар Е.С. Проблемы пути их решения в системе государственных закупок РК

Нурсейтова Г.Б., Жұмақан Д.С. Социальное проектирование в управлении развитием транспортной системы города Алматы

Тышканбаева М.Б. Логистизация предприятия нефтегазовой отрасли РК

Шарапиева М.Д. Логистикалық үдерістерді сипаттау үшін case (computer aided system engineering) технологияларын пайдалану

Ахметкалиева С.К. Теоретико-множественное описание механизмов функционирования снабженческой логистики при поставке ресурсов

Асқаров Ғ.А. Қазақстан Республикасын көлік инфрақұрылымының қазіргі жағдайын талдау

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

В период кризиса управление экономикой в состоянии неравновесного развития и дисбаланса требует навыков предвидения и действий по устранению отрицательных последствий, и возникающих негативных явлений. Сложность антикризисного управления связана с необходимостью принятия непростых управленческих решений в условиях ограниченных финансовых средств, большой степени неопределенности и риска, что представляет собой совокупность методов, приемов, позволяющих распознать кризисы, осуществлять их профилактику, преодолевать негативные последствия.

В зарубежной литературе широко используется понятие «кризис-менеджмент». В широком смысле под кризис-менеджментом понимается управление в чрезвычайных ситуациях.

Применительно к кризисам на предприятиях термин «кризис-менеджмент», как концепция, теория и методология, начал использоваться во второй половине 1980-х гг. Первая монография «Кризис-менеджмент. Планирование неизбежного» С. Финка появилась в США в 1986 г. и была посвящена антикризисному управлению в отношении предприятий. С тех пор этот термин из журналистского клише превратился в научное понятие; именно в этом качестве он и существует до сих пор.

Между тем, последствия глобального финансового кризиса 2007 - 2009 гг. стали во многом беспрецедентными. Его причины были основательно проанализированы в работах Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева «Ключи от кризиса» и «Пятый путь». Следует отметить, что лидер Казахстана рассматривал перспективы глобального кризиса в 2003 г. в книге «Критическое десятилетие», в которой указывал нарастание проблем в мировой экономике.

Проблемы кризисной экономики и ее управляемости в условиях турбулентности и посвящены научные исследования авторов эллективной монографии, где предлагается помимо всестороннего анализа рычаги и пути решения проблем по выходу из кризисной ситуации.

Монография включает такие разделы как: «Антикризисное управление в современных условиях развития РК», «Особенности антикризисного управления в предпринимательстве РК», «Антикризисное управление по отраслям экономики Казахстана», «Маркетинг в системе антикризисного управления», «Логистика и антикризисное управление».

Авторы благодарят рецензентов за помощь в подготовке данного труда.

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ РЕГИОНА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Мухтарова К.С. – д.э.н., профессор

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 – независимому Казахстану уже более 20 лет и за это время другие регионы, бывшие некогда в стагнации, вернулись к нормальной жизни и уже кое в каких моментах 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: составлено автором на основе данных [1]

Пояснение к таблице:

Население – количество зарегистрированных в том или ином 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 том или ином регионе по состоянию за 2015 г. (в тыс. единиц).

Доступность финансовых услуг – количество операционных отделений топ-10 самых крупных банков Казахстана в том или ином 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
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 – 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.

Возглавляет рейтинг традиционно г. Алматы – здесь зафиксированы максимальные значения по четырем показателям из шести анализируемых. В частности, г. Алматы может похвастать самым большими налоговыми отчислениями в госбюджет Казахстана, что говорит в том числе и о продуктивности экономической деятельности алматинских предпринимателей. Также в Алматы самая большая концентрация банковских отделений, данное свидетельствует о: во-первых, доступности финансовых услуг для малого и среднего бизнеса; во-вторых, о заинтересованности банков в данном регионе как экономически активном и эффективном. Кроме того, на Алматы приходится наибольший объем кредитов, выданных банками субъектам МСБ, в региональном разрезе – т. е. кредитные организации видят в городе достаточно прибыльную бизнес-среду, которую и охотно финансируют. Немного ниже другие показатели рейтинга, но в целом их значения гораздо выше медианного.

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

Ну и замыкает тройку лидеров Южно-Казахстанская область. Впрочем, ничего удивительного – большая численность населения дает подпитку высокой конкуренции, что и 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 среднего значения, за исключением уровня доходов населения – здесь значение гораздо ниже среднего.

Наименьший показатель в рейтинге показала Кызылординская область. Несмотря на то, что уровень доходов населения здесь выше, чем в той же 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 достаточно низкая.

За 20 лет независимости Казахстана многие регионы республики не только перестали нести ношу вечно дотационных, но и развернули активную стратегию по привлечению инвестиций в экономику области и градообразующих предприятий. Однако, к сожалению, не все регионы смогли выйти на новый уровень развития, и есть еще места на карте республики, экономическое положение в которых далеко от успешного.

При составлении рейтинга учитывались следующие показатели: отток населения, величина прожиточного минимума, уровень доходов населения региона, уровень безработицы в регионе, состояние местного бюджета, наличие градообразующих 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	Весовой коэффициент 1	Весовой коэффициент 2	Весовой коэффициент 3	Весовой коэффициент 4	Весовой коэффициент 5	Весовой коэффициент 6	Весовой коэффициент 7	Итоговый коэффициент
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 в принципе достаточно небольшой, по остальным параметрам область проигрывает другим регионам. 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 зафиксирован 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 года.

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 экономики региона; дублирование функций управления по ряду направлений деятельности; фрагментарностью 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 оценки также наличие определённых критериев. Критериями (целями) 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, которое 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 экономики 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 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 стратегия управления (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.

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 законоотворчество, 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.

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.

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).

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.

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.

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.

МЕМЛЕКЕТТІҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ЖОЛДАРЫ МЕН ТЕТІКТЕРІ

Шеденов Ө.Қ. – э.ғ.д., профессор

Кез-келген мемлекет үшін өзінің ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесі қашанда өзекті болып, заман талаптарына сай күрделене түсіп, мемлекет және қоғам өмірінің барлық жақтары 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 көрініп. 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 – ак.

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 қатан және жұмсақ (идеационалдық) факторлардан құралуы керек. Қатан 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 кеністік 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 индустриаландыру 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 әртараптандыруға және елге шетел инвестицияларын тартуға ықпал ететін энергетика, көлік және телекоммуникация салаларын жаңғыртуға шоғырланады.

- Ұлттық экономиканың қауіпсіздігін қамтамасыз ету экономиканы жемісті әртараптандырумен, республиканың орнықты да, қарқынды да дамуымен тікелей байланысты. Соның ішінде:

- жаңартылатын ресурстар мен энергия көздері 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 ынталандыру және көмірлілігі төмен экономиканың «жасыл» саясатын енгізу жолымен үздіксіз байланысты.

Экономиканы әртараптандыру 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 елізсіз өзара әрекеттесуі болып табылады. Бұл экономиканың бір саласының біртекті міндеттерін шешу әр түрлі субъектілердің құзіреттеріне 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 Ө.Қ. Әлеуметтік-экономикалық қауіпсіздікті басқару, оқу құралы, Алматы, Қазақ Университеті, 2014.

THE COMPETITIVENESS OF KAZAKHSTAN'S ECONOMY

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

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.

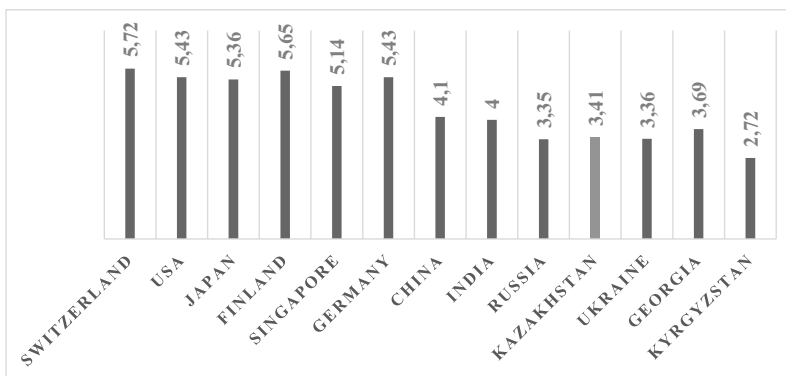


Figure 1 - The index of the level of innovation, 2013

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 development	44	57	65	62	60	84	107	94	77
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 sobstvennosti 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)

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		2013		2012		2012		2013		2013	
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 preimuschest-vami 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 infrastructure 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>

THE CURRENT STATE OF INNOVATION ACTIVITY IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN.

Turginbayeva A.N. – doctor of economic sciences, professor
Tanassoglo Y. – master's student

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 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)**.

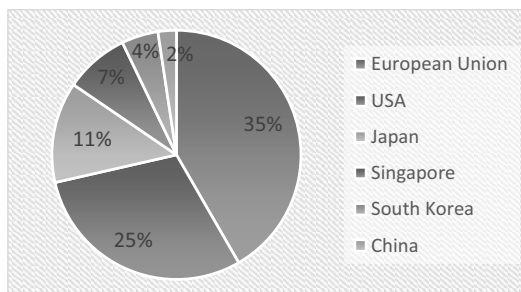


Figure 1. The share of high-tech products on the world market (01.01.2016)

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.

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
Atyrau	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									

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.

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

Reference:

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. Kenzheguzin MB, Dnishev FM, FG Alzhanova Science and innovations in the market economy: international experience and Kazakhstan. - A.: IE MES. - 2005. - 256 p.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУДЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН БОЛАШАҒЫ

Тажиева С.К. – з.ғ.к., доцент

Бүгінгі таңда Қазақстан күрделі экономикалық және саяси міндеттерді табысты шешуде басқа елдерге үлгі болатын деңгейге көтерілді. Ендігі уақытта Қазақстанның бәсекеге қабілетті 30 елдің қосбасшылығына ұмтылуы заңды құбылыс. Өйткені, еліміздің экономикалық әлеуеті мен қоғамдағы саяси тұрақтылық, демократияның дамуы оған мүмкіндік беріп отыр. ХХІ ғасыр білімнің, ақпараттың жаңа технологияның өрістеу ғасыры.

Инновациялар өнімділік пен сңбек 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 (ҒЗТҚЖ) 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 ғана 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 өнеркәсіптегі 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. Өнеркәсіпті дамыту институттарының жүйесі жасалды.

Жүзеге асыру барысында, бағдарламаның 2015-2019 жылдардағы екінші сатысында ескеретін сабақтар абықты:

- 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, Оңтүстік 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 қаупі 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 шыңдалған 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 жұмсалан 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 келісімшарттарға 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
---------------	---------------

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.	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
1. Өнеркәсіп пен ғылымның өзарақатынасының жақсаруы негізінде ҒИЖ-нің тиімділігін арттыру 2. Технология трансферті негізінде еңбек өнімділігінің артуы 3. Жоғары технологиялы салаларда бар бәсекеабилеттік 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	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 қалыптасуы.

Қорытындылай 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

ТАУАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АНЫҚТАУДЫҢ ӘДІСТЕРІН САЛЫСТЫРМАЛЫ ТАЛДАУ

Шуренов Н.Б. – оқытушы

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 бәсекеңің 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 біркатары тауарды бәсекелес тауарлардың жалпы сипатымен салыстырып талдауға негізделсе, тағы бір тобы индекстік 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.

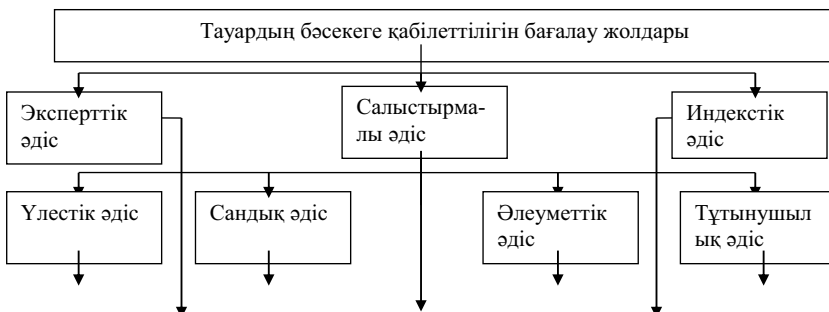
Эксперттік әдіс. Эксперттік әдісті қолданудың көптеген тиімділіктері бар. Ең алдымен, ол – тауарды бағалау кезінде оның негізгі сипаттамаларын анықтаудың әр алуандығы. Екіншіден, тауардың қасиеттерін сипаттайтын бағалаушыларды қарапайым тұтынушылардан білікті маманға дейін тарту мүмкіндігі. Үшіншіден, тауардың бәсекеге қабілеттілігін бағалағанда эксперттерді таңдау мұқияттылықты қажет етеді. Өйткені, таңдалған әрбір эксперт алынатын соңғы нәтиженің сапасына белгілі бір деңгейде ықпал етіп отырады [1].

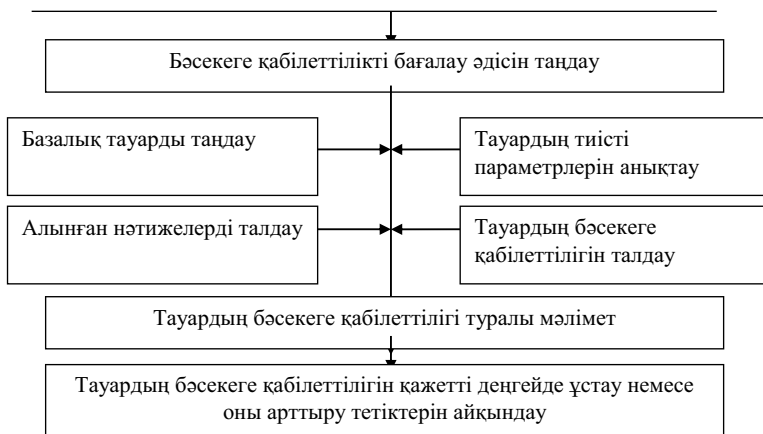
Эксперттік бағалау 3 кезеңде жүргізіледі.

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 (JHP) бойынша жалпы топтық көрсеткіш JHP әр көрсеткіштің (g_i) туындысын көрсетеді.

$$JHP = \sum_{i=1}^n g_i, (1)$$

мұндағы: JHP – 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 есептеместен бұрын әрбір i параметрлер бойынша техникалық көрсеткішті есептейміз. Оны есептеу жолы төмендегі 2-формулада көрсетілген.

Тауардың техникалық сипаттамасын санды түрде техникалық параметр бірлігі шамасынын (Tei) сондай эталон параметр шамасына, олардың қуаттылығы, икемділігі, сыйымдылығы, өнімділігі, жанар-жағармай шығындары бойынша салыстыру арқылы көрсетуге болады.

$$Tei = \frac{t_{иi}}{t_{эi}} \times 100\% (2)$$

мұндағы: Tei – i параметрлері бойынша техникалық көрсеткіш;

$t_{иi}$ – 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 (JTP) топтық көрсеткішті белгілеу үшін әр параметрдің мәнділігі есебінен бірлік көрсеткішті (Li) жинақтау қажет:

$$JTP = \sum_{i=1}^n Tei * Li ; (3)$$

мұндағы: Jtp - техникалық параметрлер бойынша топтық көрсеткіш;

Tei – i параметрі бойынша бірлік техникалық көрсеткіш;

Li – жалпы параметрі бойынша коэффициент;

π – бәсекелестік бағаланатын техникалық параметрлер саны.

Нормативтік, техникалық параметрлер бойынша топтық көрсеткішті есептегеннен кейін параметрлердің 3-ші тобына экономикалық көрсеткіштер бойынша топтық көрсеткішті есептейміз. Оны есептеу төмендегі 4-формулада көрсетілген.

Топтық экономикалық көрсеткішті (JЭП) анықтау үшін талданып отырған тауар ($Ц_{пi}$) мен эталон немесе ұқсас-тауардың тұтыну бағасын салыстыру қажет.

$$J_{эп} = \frac{Ц_{п}}{Ц_{пэ}} (4)$$

мұндағы: $J_{эп}$ – экономикалық параметрлер бойынша топтық көрсеткіш;

$Ц_{п}$ – тауарды тұтыну бағасы;

$Ц_{пэ}$ – 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 (Kk) немесе бәсекеге қабілеттілік көрсеткіші есептеледі. Оны есептеу төмендегі 5-формулада көрсетілген.

$$K_k = J_{\text{нр}} * J_{\text{тп}} / J_{\text{эп}} \geq 1 \dots \dots (5)$$

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 қабылданыды. $K_k < 1$ 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 міндеттерді 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 қорытындылар 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 кәсіпорнын 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 таңдау 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. Фатхутдинов 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.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУ МАҚСАТТАРЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ БАҒЫТТАРЫ

Үнербаева Р.У. – оқытушы

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 жоғарылауына 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 саясатының негізгі бағыттарын анықтау үшін, халықтың осы таңдағы ел-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 негізін 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 жасалынуда.

Басқарушылық мақсаттары—бұл қоғамдық қажеттікті және басқарма мүдделерін нақты қанағаттандырубойынша басқарушылық шешімдер және әрекетерді 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 кереттігін 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 ЖӨ-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. Әртүрлі 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 қаршыты қандамдары 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 қазқстандық 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 білсек, 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 жасаппаз 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. Мақсаттарды 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, елдің 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

ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА

Джулаева А.М. – к.э.н., доцент, Тумбай Ж.О. – к.э.н., доцент

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%
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/gpfiir-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>

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУ БАҒЫТЫНДАҒЫ КӘСІПОРЫН ПЕРСОНАЛЫН БАСҚАРУ СТРАТЕГИЯСЫ

Есенжігітова Р.Ғ. – аға оқытушысы

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 кәсібі 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.

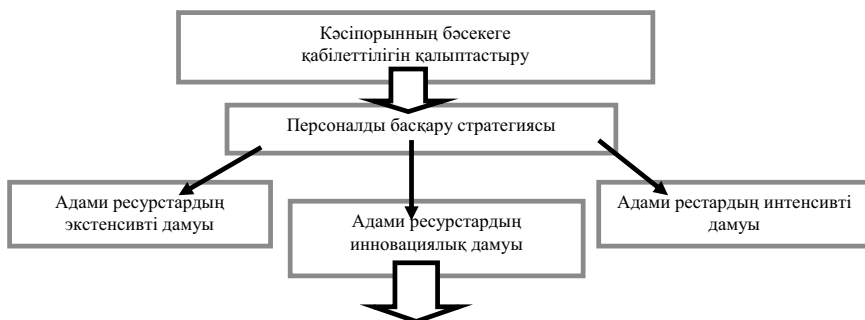
Персоналды оқытуға және қайта білімін көтеруге кететін бюджет шығындарын жоспарлау персоналдың болашақ құрылымы мен қажеттілігі негізінде жасалады[2].

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 студия 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 үстемәкілдер 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, 213.- 205с.
2. А.В. Ромашов, В.В. Баранов. Стратегия развития научно-производственных предприятий Аэрокосмического комплекса: Инновационный путь.-М.: Альпина Паблишерз, 2009.-215с.

ROLE OF EVENT MANAGEMENT IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

N.A. Alimova

Introduction. The role of Management in the variety of industries is made through economic, social, political, cultural, ecological and other impacts. Currently, the full list including types of management consists of nearly 60 items. Except the traditional human management, increasing its popularity constantly, today we allocate rare “subtypes” of management, such as conflict management. The histories of management rise in many countries are based on the birth and evolution of only one type of strategy, so the problem of decision, what type of management can act as a domestic economy catalyst is one of the key moments in economic development.

Event management – is relatively young though extremely interesting direction. The main purpose of the activity is timed to some event. Popularity of unique tours that combine traditional holiday and participation in the most spectacular events of the planet is increasing exponentially. Event management – is an enduring holiday atmosphere, the individual conditions of stay and an unforgettable experience with the corresponding organizational moments. The main feature of the event management – a lot of bright unique moments, promising and dynamic form of management. Examples of events that cause a surge event management may be the Olympics, the World Cup, music festivals, film festivals, carnivals, economic forums, the air show etc.

Scientist A.V. Babkin allocates following types of activities in event management

- | | |
|-------------------------------------|--|
| a) national festivals and holidays; | f) fashion shows; |
| b) theatrical show; | g) auctions; |
| c) film festivals and theater; | h) music festivals and music competitions; |
| d) gastronomic festivals; | i) sporting events. |

e) festivals and flower shows;

In our opinion, along with festivals and exhibitions of flowers can distinguish animal exhibits (handling, rodeo, fish exhibitions) as well as a separate event highlight the ecological character of the event, such as the world famous Green Festival in America, which has been held for 12 years. All of the listed events mostly are considered to be very expected and have great announcements and resonance.

The idea of event marketing, or organization of events with the purpose of entertainment or to raise public interest in a service or product – is one of the most effective methods. Conducting events in Kazakhstan still remained at a relatively low level. In the past decade, however, Kazakhstan has been very rich in a variety of social, cultural, political and sporting events and activities. Under the auspices of international organizations there were held world-level events: Arrival in Kazakhstan Pope, joining a club UEFA congress of world leaders, the chairmanship of the OSCE and the summit in capital city Astana, the Asian Games in 2011 and the entry in the list of top 50 most competitive countries of the world. Such events are valuable primarily for the role in image strategy, the country brand is advertised, crucial step towards success in the international market. For example, Company Brand Finance, engaged in the evaluation of so-called "intangible property" of the countries estimated that in financial terms, the national brand can range from 2 to 10% of GDP (depending on the level of its development).

To estimate the costs of bringing about a good campaign on destination branding for Kazakhstan (particular cities of the country), at the first place public opinion research is necessary, also program development, PR-activities and creative works. Currently tourism is a priority sector for Kazakhstan, as worldwide share of services sector has significantly increased and still this tendency is being kept. These activities very favorably impacted on the interest of foreign citizens in Kazakhstan thanks to the high level of organization. Which, unfortunately, can not be said about the local events, the organization of which is left without proper attention. Participation in special events is expensive, but the stubs of problem are not the price itself, but its non-correspondence to the quality. While creating the concept of domestic development within a country the governmental supervision and participation must be taken into account. Currently in Kazakhstan there is no organization, engaged in the collaboration of events, as a part of domestic economy development strategy implementation. Which, however, are not only but also can carry out the task of education and bringing up process. Activities made in frames of event holding awakens new interests. With the establishment of the Organization, which specializes precisely in such events elaboration, a large segment of the market will be covered. Small enterprises cannot act on this position due to narrow specialization, inadequate level of competence as a result of the event-management training level situation in state generally. This Organization must operate on the basis of the local administration and local population requirements synthesis, coordination of the semantic content of event (how it exerts the social and cultural life) with financing, expenses and registers.

Innovation and initiative – are the primary and most priority characteristics in the organization of events. Professional event holding requires considerable resources, time and efforts. Often, tasks to promote the brand of the destination, as well as any service or product attracting tourists cannot be achieved by using inappropriate, outdated methods. In Kazakhstan, the problem of underdevelopment, unfortunately, is typical not only for the tourism industry. In Kazakhstan, as part of the "Concept of development until 2020" geographically identified five clusters. East Kazakhstan is considered as the center of development of eco-tourism, altogether with Almaty – with its nature based tourism in mountains. Furthermore, Astana and Almaty are positioned as the point of business development. The territory of South Kazakhstan is defined as a center of cultural tourism, Western Kazakhstan – as a place of cultural and "beach" tourism. In all five clusters there is a direct connection with the events, which is why the search for new creative solutions for the development of event management industry is key to the development of both domestic and international flows. The southern capital of Kazakhstan, Almaty, is the clear leader for both domestic and international economy of the country, as evidenced by the statistics of tourist flows (583 456 people by the number of tourists served in placements in 2013). Besides, Almaty has long established itself as a cultural center and the business capital of Kazakhstan, in connection with which it is advisable to start the event activities as a prerequisite for the increase of domestic tourists to the city.

Table 1 SWOT analyses

<p>S</p> <p>Historic and cultural capital of Kazakhstan. Concentration of architectural and natural monuments, main tourist attractions and facilities. High standards of life and economic indicators: nominal income of the</p>	<p>W</p> <p>Inadequate awareness and attention towards reservation and advertising of the existing tourist sites, preference of outbound trips. Heightened prices for leisure and other activities.</p>
--	--

<p>population – 113 914 tg per capita(2014). One of two millioner-cities of the republic</p> <p>Developed platform for entrepreneurship activities (state support on preferential terms, possibility for subsidies and investment) The city has to 27.5% of the total production of goods (works, services) by small businesses in Kazakhstan and 22.7% of employment in small businesses in the country. Presence of the biggest airport in Kazakhstan (Almaty International Airport), development of transport infrastructure</p>	<p>Improper level of education and training for provision of services in hotel and lodging industry, excursion services, catering etc. Unskilled and non-competent staff in the related spheres.</p> <p>Increasing number of ecological problems: air and water pollution, greenhouse effect, smog.</p>
<p>O</p> <p>All the conditions for development of all types of events, due to the climatic features: sharp continental climate allows conducting any kind of activities and events, which are capable for stimulating of flows increase within the country.</p> <p>Development of ecotourism, taking into consideration geographical features of the region: mountains, as prerequisite for trekking tours, ski resorts, rivers for rafting etc.</p> <p>Development of business in provision of domestic tours. Starting from 2008, the main activities to reduce administrative barriers are being undertaken: improving tax and customs administration; works on improvement of permitting procedures, expanding the network infrastructure support and development.</p>	<p>T</p> <p>Increasing gap in economic and social upgrowth between Almaty and less developed cities of the state.</p> <p>Exacerbation of existing problems: ecological problems, deficit or profit in supply.</p> <p>High level of competition. 661 out of 1705 tour firms in Kazakhstan were established in Almaty city(2013), so market is saturated by the diversity of suggested services.</p> <p>Enhancement of the ecological problems and other negative impacts of tourist activities. Other big-cities problems, common for the city are overcrowding in the places used for the economic activities.</p>

To understand and evaluate the relevance of domestic event management a social survey was conducted, 50 respondents were interviewed with the following questions:

- How often do you travel within the country?
- What kind of event would you like to participate in?
- Would make domestic trips to attend or participate in a big event?
- Are you satisfied with the price of domestic carriers on domestic flights?

Results show that only 6/50 people travel within a country 1 a month or more. 16 respondents make trips 1 or 2 times a year. Biggest share of interviewed (21/50) travel once within 2-3 years. The rest 7 replied they never make trips within a country.

More than half of respondents (28/50) prefer attending in cultural-entertaining events. 5 of respondents more prefer educational and professional events, 11 tend to sport events participation, only 2, and 14(28%) don't engage in participation of any events. At the same time 31/50 respondents gave affirmative answer to the question: "Would you like to travel within country to participate in a big event?"

34/50 respondents are not satisfied with the prices for domestic flights.

The analysis of the survey allow to make following conclusions. There is adequate demand for domestic trips as well as for attending the events. The most popular types of events, which are capable to attract the great masses still remain cultural-entertaining and sport. Also the professionally oriented events as training or educational courses are popular. Events of ecological character still are not recognized by the masses. One of the barriers for domestic economy is high prices for flights.

There is a huge number of events, which stimulate growth, both domestic and international. One of them is Brazil Carnival – the celebration originated in the Catholic countries as a party before the coming of Lent – the forty days Christ spent in the wilderness. It was traditional for the celebrations to end Ash Wednesday, people then respected the period of abstinence for forty days.

In our country, as well as in many others, one of the most recognizable and promising events is Nowruz, also known in Western World as Nauryz. It is a name of the New Year holiday by astronomical solar calendar which is celebrated by Iranian and Turkic peoples. It is one of the most ancient and known as well as expected holidays.

In order to compare main patterns of these two events, different criteria can be taken. But for those which can identify what are the similarities and differences, in order to figure out how they can be applied for practical and academic studying purposes.

Table 1. Comparison of Nowruz Festival and Brazil Carnival

Feature	Brazil Carnival	Nowruz Celebration
Origin and Subject	Is held to appoint the beginning of <u>Lent</u> Ash Wednesday which is mentioned in the earliest copies of the Gregorian Sacramentary, and probably dates from at least the 8th Century. First notes about festival itself refers to 1600 year as the development of the Entrudo, imported from Portugal	Marks the first day of <u>spring</u> or <u>Equinox</u> as and the beginning of the year in the <u>Persian calendar</u> . Origins refer to preliterate era of human history. Official status was acquired in the Achaemenid Empire, as a religious holiday of in about 648-330 years b.c.
Season	Is held during the Friday to the Tuesday before Ash Wednesday which in turn can fall as early as 4 February or as late as 10 March totally comprising 4 days.	Comes in spring, begins at 21th of March and is celebrated from 4 to 6 days depending on the country
Relevance	Is popular not only among local people, but among the coming foreigners More than 5 million attendants annually (5,3 mln, 2012)	Is celebrated annually as an old custom. Attracts the majority of local population



Source: www.independent.co.uk

a) Brazil Carnival



Source: www.news.kz

b) Nowruz Celebration

Figure 1 Carnivals

Concept of development activities. The works related with the collaboration and future development of events for local trips stimulating, including all formal procedures, public relations, advertising and the concepts must be carried with taking into account all the features of this activity, mainstreams, challenges and forecast. For this purpose world events practice can be the a benchmark. For example "Apple Fest". World-renowned farmers' fairs are held annually in Canada, the USA and England. Conducted in Canada, Ontario took place in 1975, and to this day is traditionally a celebration of harvest and abundance. In 2006 America Bayfield among the best festivals in the autumn version of the American Community travel writer. Number of visitors in Franklin has 300,000, and profit from the New York allow organizers to allocate \$ 5,000 of financial assistance to hospitals, libraries and local farms. Despite the fact that Almaty since the time of the Soviet Union was recognized as "apple capital" not only in Kazakhstan but also the entire region, growing delicious and unique sort of apple "Aport" in Almaty, "Apple-Fest" still cannot be called large-scale event. Each year, the program and format of the event is improved, however, in order to turn Almaty into a grand event, it is necessary that will also help in shaping the image of the city, combining the traditional image of the "City of Apples" already new ideas about Almaty, as a modern city offers tourists international events scale.



Source: *afisha.kz*
a) Apple Fest in New York

Source: *recordonline.com*
b) Almaty Apple Fest

Figure 2 Apple Fests

Summary and Conclusions. Considering the event management as a factor in the development of domestic economy, it is necessary to develop strategies and concepts for its correct functioning. Ever-growing event-market needs real professionalism, creating not only viable new ideas, with the knowledge how to direct an event, combining it with the implementation of an embodiment of the task. Also using of ATL and BTL-technologies is crucial while advertising activities. Event-marketing has a clear social orientation, this is a very close contact with the customer. Specificity of event management is that it has long-term effects, since begins long before the events in the announcements, posters, press conferences and continuing thereafter in the course of the event, and after it in the publications in the media, this fact positively effects on tourist's motivation to travel. Events in this case will be the whole of the country in promoting strategies that can act as a single component of a long-term strategy (Kazakhstan 2030).

Development of Event-industry on expectations will be profitable for the country, but more importantly, it is not only commercially, but also socially and culturally important concept, which will bring significant changes in the modern Kazakh culture and style way of life of the population, a variety of range of interventions and improving their quality. It will certainly result in an increase tourist flows within the country at times, that as a result, will give new impetus to the development and progress.

References:

- 1 Donald Getz (2008). Event management: Definition, evolution, and research.
- 2 Бабкин А.В. Специальные виды туризма. – Ростов-на-Дону: Советский спорт, 2008. – С. 117.
- 3 Paulo Miguez (2001). Creative Economy: A feasible Development Options. – P. 39.
- 4 Iraj Bashiri (2001). Nowruz: Origins and Rituals
- 5 Jaclyn Michael (2008). Celebrating Nowruz The Outreach Center for Middle Eastern Studies Harvard University.
- 6 <http://warwickapplefest.com/>
- 7 <http://stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT084310>

РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА КАК УСЛОВИЕ РЕШЕНИЯ КРИЗИСНЫХ ПРОБЛЕМ

Сансызбаева Г.Н. – д.э.н., профессор, Сансызбаев С.Н. – д.э.н., профессор

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 - Актобинская 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 конкурсности – 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&rf=1514499&q=государственно-частное+партнерство.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АНТИКРИЗИСНЫХ ПРОГРАММ РАЗВИТЫХ И РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

Джумамбаев С.К. – к.э.н., доцент

Антикризисная программа президента Барака Обамы.

Президент Дж. Буш и его правительство реагировали на раз развертывающийся 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.
	Оплата медпомощи незастрахованным американцам	500 млн.
Борьба с безработицей	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 превосходят 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 помогло 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 темпов 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 трудоемкой 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 предпочтений 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 индустриальных 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 являлась 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-antikrissis-dok.html>.
6. - <http://ru.government.kz/ru/programmy.html> .

ҚР-ДА БОРЫШКЕРЛЕРДІ ОҢАЛТУ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ ТУРАЛЫ

Кунабаева Д.А. – д.э.н., доцент

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. Сонғы 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 шарттарларымызда дағдарысқа қарсы басқарудың кәсібилігін ынталандыратын құралдар жоқ. Жок 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 онтайлы 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 - оналту рәсімін жүргізуге мүдделі тұлғалардың жоқ болуы және борышкерді тарату мен оның мүлгін 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 «Оналту және банкроттық» туралы Заңы борышкердің төлемқабілеттілігін уақытша еңсеруге нысанын қиындықтар болған жағдайда қалпына келтіруге болатындығын болжамдайды. Бұл заңнаманың 11 бабына сәйкес, борышкер көрсетілген мерзімде өз міндеттемелерін орындай алмайтындығын дәлелдейтін жағдайлар бар болса борышкер оналту рәсімдерін қолдану туралы арызымен сотқа жүгіне алады. Сонымен қоса, бұл заңнаманың 47 бабына сәйкес оналту 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 оналтуға 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.

Сонында, отандық тәжірибеде дәрменсіздік институтының оналту 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 оналту мақсаттарына көзқарастарды өзгерту керек. «Нарықтық экономика – бұл күштілердің бәсекелестігі. Жеңілгендер нарықтан кету немесе бәрін жаңадан бастауы қажет. Бізде басқаша. Тиімсіз компаниялар әртүрлі субсидиялар, жетілдіктер 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 оналудың мәнін түсіну үшін тәсілдерді өзгерткен жөн болып табылады. Епсіз меншік иелерді емес, іс-әрекетке қабілетті бизнесті оналту 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 жұмсалуды 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. Полемика 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.Кунабаевой, кандидата юридических наук, юриста А.А.Абикенова. – Алматы: Қазақ университеті, 2013. – 72 с.

5. Н. Сабильянов выступил против «бездонного» кредитования бизнеса // www.kapital.kz

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Джулаева А.М. – к.э.н., доцент, Тумбай Ж.О. – к.э.н., доцент

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 качества (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.

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

Мылтыкбаева А.Т. – PhD, старший преподаватель

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
Примечание: 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 финансировании 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; - персонализированная ответственность за финансовые результаты деятельности; - отсутствие синергического эффекта от совместной деятельности множества структурных подразделений МИП
Примечание – Составлена автором на основе исследований	

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 экспортноориентированных товаров.

Список литературы:

1. Кушеев П., Кантарбаева А. Институциональные структуры поддержки малого и среднего бизнеса в Казахстане// Аль-Пари, 2005. - №6, - 28 с.
2. Кыдырлина Б.М. Организация малого предпринимательства в РК: макро, медо- 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 агорынка. - 2014., - №3. – С. 168.
6. Кошанов А.К., Национальные экономические интересы и отношения собственности в условиях глобализации. - Отв.ред., ИЭ МОН РК. - Алматы, 2015. – 336 с.

THE DEVELOPMENT OF SME IN KAZAKHSTAN: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Khudaibergenova S. – PhD student

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:

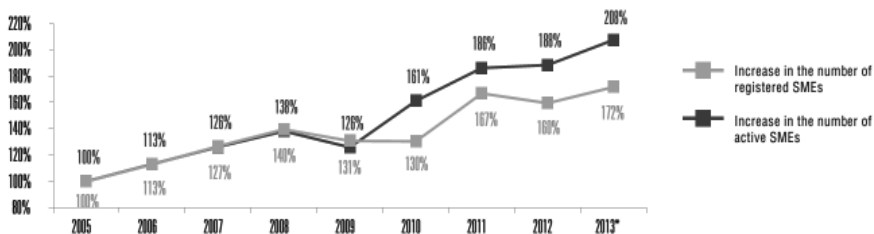
- a) Further improvements in the regulatory framework.
- b) Involvement of small and medium-sized businesses in the formation of clusters.
- c) Conduct a regional policy to enhance the competitiveness of small and medium-sized businesses.

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 Kazakhstan 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)

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Асанова А. Д. преподаватель, Пашаева Ж. А.

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.

ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ КОРПОРАТИВТІК ӘЛЕУМЕТТІК ЖАУАПКЕРШІЛІК

Жумагазиева А.Г. — оқытушы

Елбасы Н.Ә. Назарбаев «Қазақстан жаңа жаһандық нақты ахуалда: өсім, реформалар, дамуы Жолдауында»: «Жаһандық дағдарыс — ол тек қауіп ғана 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 прогресстің 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. Біріншісін 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 жауапкершіліктен 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).

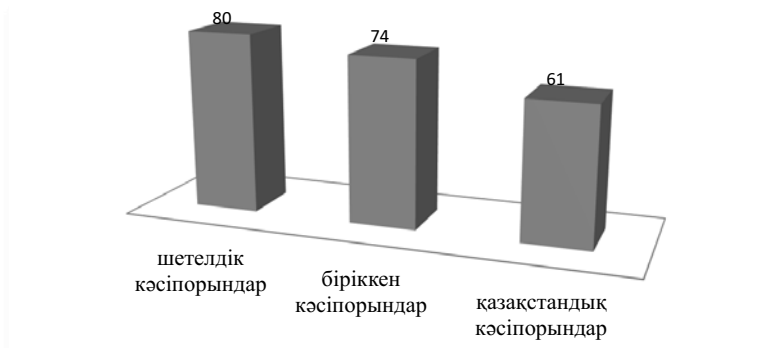


Сурет 1. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік пирамидасы

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 КӨЖ 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 КӨЖ туралы дұрыс, әрі жаңа ақпарат беру мақсатында көптеген іс атқарып отырғанымен, КӨЖ туралы әлі де болса дұрыс ақпарат жеткіліксіз деңгейде.

Қазақстанда шетелдік кәсіпорындардың КӨЖ туралы хабардарлығы жоғары екендігін 2-суреттен көруге болады. Кәсіпорындардың КӨЖ туралы хабардарлығының аз болу себептері: басшының өзінің қызығушылығының болмауы; шағын бизнестің КӨЖ тәжірибесінің дамуына кедергі келтіретін шектеулі мүмкіндіктері (айналымның жеткіліксіздігі, КӨЖ тәжірибесі мен өтілінің болмауы, құқықтық және біліктілік сауаттылықтың төмендігі).

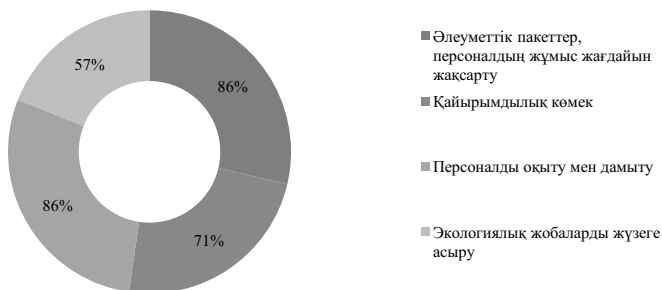


Сурет 2 – КӘЖ туралы әр түрлі меншік нысанындағы кәсіпорындардың хабардарлығы(%)

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).



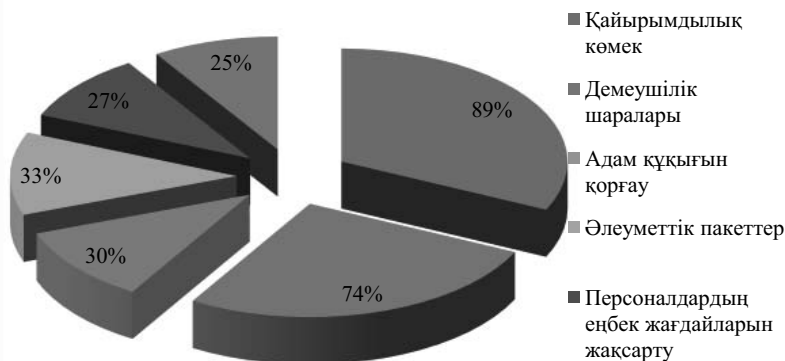
Сурет 3 – Қазақстандық кәсіпорындардың КӘЖ-ді түсінуі



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 қосу, 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.

МЕСТНЫЕ ОРГАНЫ ВЛАСТИ И БЛАГОУСТРОЙСТВО ТЕРРИТОРИИ

Жатканбаев Е.Б. – д.э.н., профессор, Сугурбаева А.Т.

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 неперенных 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 разумеется 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 тонауса 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 получат 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 «Тәртіп»	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 «Тәртiп»	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. ГКП «АлматыКалаЖарык» ежедневно проверяет все светоточки на наличие сгоревших и для их замены. В текущем году силами ГКП «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/>

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ҚЫЗМЕТКЕ ПЕРСОНАЛДЫ ІРІКТЕУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Смағұлова Г.С. – з.ғ.к., доцент

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, ішкі істер, 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:

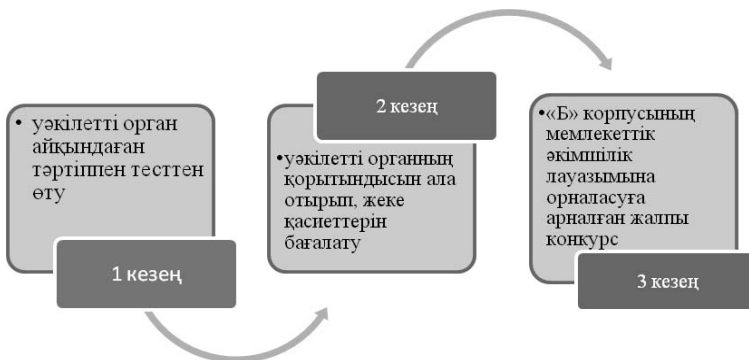
1. азаматтар арасындағы жалпы конкурс;

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.

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ

Мукаев Д.Т. – преподаватель

Инновации определяются 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 смарт-телефона.

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. Технологии 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 конструкции 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, правительство 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 подключен к надежной службы 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.

ВОПРОСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Баймуханбетова Э. Е. – к.э.н.

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.

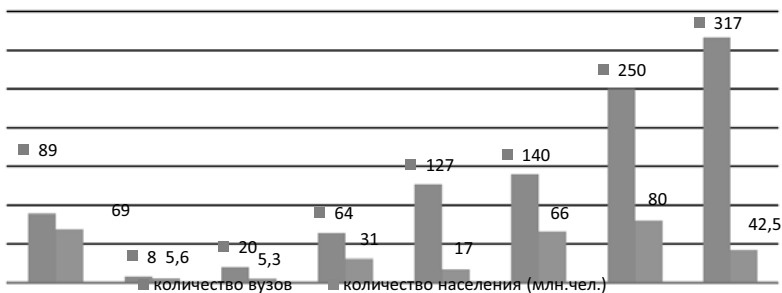
Согласно Стратегическому плану развития Республики Казахстан до 2020 года качество высшего образования в Казахстане должно соответствовать лучшим мировым практикам в области образования по итогам реформирующего развития. В связи с этим в стране проводятся масштабные реформы в системе высшего образования, 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 развитии 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 большое 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 развитие системы образования Республики Казахстан по итогам 2015 года. АО «ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР». Астана 2016 год.

MANAGEMENT LARGE-SCALE PROJECTS IN HIGH TECHNOLOGIES

Kozhahmetova A.K. – PhD student

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.



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



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

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 Kazakhstanian investors called construction company BI Group, "Basis A" and "SredAzElektroMontazh". Construction and installation work is still underway, so these financial indicators can grow.

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.

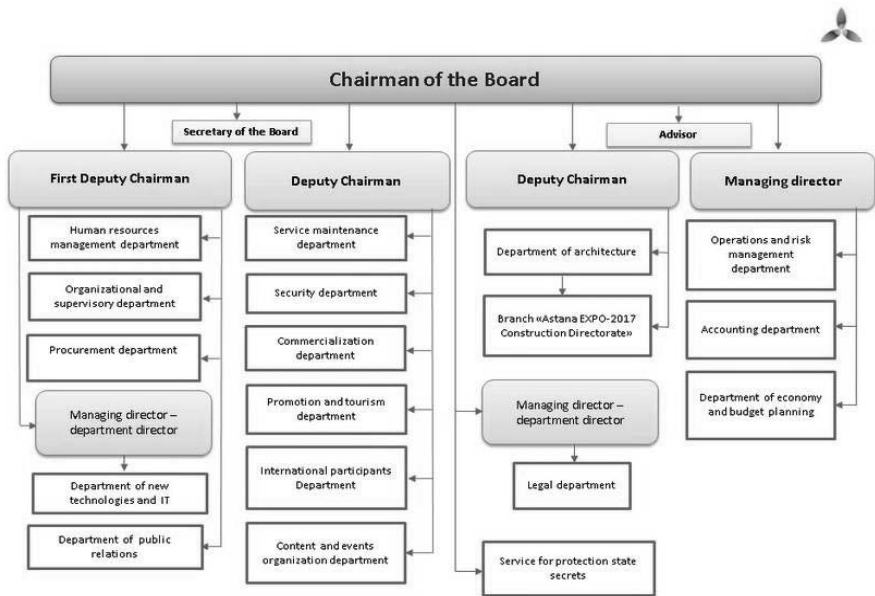


Figure 3. The organizational structure of the company "Astana EXPO-2017"

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/ekspo-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/>

ЛИДЕРСТВО В УСЛОВИЯХ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ: ЗАВИСИМОСТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ КОМАНДЫ ОТ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА

Ризабек С.Г. – преподаватель

«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: авторитарическое, демократическое и коллегиальное (лидерское). В нижеследующей таблице, опираясь на указанную типологию, российские специалисты отмечают, чем отличается поведение руководителей, использующих разные стили управления.

№	Авторитары	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.).	Недоценивают 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 беспокоиться, 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. Каролайн 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.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОЕКТНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВУЗА

Сокира Т.С. – к.э.н., доцент

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 в 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 специалиста 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 прerreквизитов 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 обучаемого, 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 «Управління проектами у розвитку суспільства». – Киев, 11-12 июля 2012. – С.235-237.

ӨНДІРІСТІК ӨНЕРКӘСІП САЛАЛАРЫНДАҒЫ ШЫҒЫНДАРДЫ ЕСЕПКЕ АЛУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ, КАЛЬКУЛЯЦИЯЛАУ, БЮДЖЕТТЕУ

Аманов А.Н.

Әлемдік дағдарыс жағдайында да мемлекеттің ішкі экономикалық тұрақтылығын сақтап тұру үшін кез келген республика өзге көршілес республикаларға экономикалық тауселділік танытпауы тиіс. Ынтымақтастық пен бейбіт келісім негізінде көршілес мемлекеттермен экономикалық қарым-қатынас орнатумен қатар жалпы ішкі өндіріс көлемін арттырып және үнемі жетілдіріп отыру қажет. Өндірістік өнеркәсіп орындарының заманауи техникалық жабдықтармен жабдыкталуы, сапалы тұтыну өнімдерін үздіксіз өндіруі, тұрақты өндірістік өнімдерді сатып алушы экспорттық әріптестердің көбеюі мемлекеттің кіріс көлемін арттырады. Жалпы ішкі өнім көлемінің артуы, заманауи өндіріс орындарының көбеюі тұрақты жұмыс орындарының артуына алып келеді, теңге құнының өсуі тікелей өндіріс орындарының жұмысына әсер етеді, инфляцияны болдырмаудың алғышарты болып табылады! Отандық өндіріс орындарының тауарларын тұтыну, импорттық өнімдердің көптеп келуін жергілікті өнімдермен шикізаттармен табиғи қазбалы байлықтарды заманауи талаптарға сай отандық өндіріс орындарында қалдықсыз (артық шығынсыз) өндіру, өнім өндіру тәжрибиелерін жетілдіру, кадрлардың біліктілігін арттыру (арнайы оқу бағдарламалары бойынша), жаңа өндіріс орталықтарын ашу, инвесторлардың инвестициясына көп қажеттілік таныта отырып, жастарды ғылымға бастауыш мектептерінен бастап) жасампаздыққа және бір сала бойынша мамандануына көптеп көңіл аудару, жастардың жаңа идеяларына қолдау жасап ғылыми техникалық даму бағытына бет бұру, агроөнеркәсіптің заманауи тәжрибиелерін игеру (фермерлік шаруашылықтарды көбейту) ауыл шаруашылығы саласына еңбек етушілерді қолдау (ет, сүт өнімдерін өңдеуші завод фабрикаларды алға жылжыту соның ішінде Жамбыл қайыс өндіру зауытын жандандыру), жеңіл өнеркәсіп салаларын дамыту. Өндірістік өнеркәсіп саласын қадағалау жүйесін жаңартып, бірбағыттандыру, мемлекеттік бақылаудың жаңашыл бақылау түрін енгізу (Ергали Нұрхалиевтің QR Kazakhstan жобасын жүзеге асыру). Контроллингтік бақылаудың шетелдік тәжрибиелерін қолдана отырып өндіріс орындарының материалдық қаржылық жағдайын толық зерттеу, аудиторлық қызметтердің сапасын жоғарылату, өнім өндірудің неғұрлым тиімді әдістерін пайдалана отырып артық шығынсыз өнім өндірудің әдістерін игеру шығындарды есепке алуды ұйымдастыру, калькуляциялау, бюджеттеу. Мемлекет бойынша легализациялау шараларын жүргізу, ел азаматтарының қаржылық, материалдық негізгі құралдарын айқындау мемлекеттік бақылау жүргізіп толық тіркеу. Мемлекет аумағындағы тұрақты азаматтық тіркеуі жоқ тұлғалардың өндірістік бизнес жүргізуін қатаң қадағалау қажет. Өндірістік орындарда шығындар мен шығыстар, олардың сипаттамасы мен мазмұны ерекшеліктерін талдау арқылы есепке алу, бақылау және жоспарлау үшін пайдаланылатын шығындарды жіктеуде, өнімнің өзіндік құнын айқындау, калькуляциялау, өндірістік және басқару шешімдерін қабылдауда жаңашыл тәсілдерді пайдалану.

Өндірістік өнеркәсіп орындары мен кәсіпорындарда артық шығынсыз өнім өндірудің әдістерін игеру, шығындарды есепке алуды ұйымдастыру, калькуляциялау, бюджеттеуді жетілдіру қағидалары төмендегідей салалық жүйелер, өндірістік өнеркәсіптер мен мекемелерде айқын және белсенді түрде артқырылуы тиіс. Өнімнің өзіндік құнының шығыстарын есепке алумен калькуляциялауды ұйымдастырудың негізгі қағидалары (жұмыс, қызмет), өнімнің өзіндік құнының шығыстарын есепке алумен калькуляциялаудың тапсырмасы, өндіріс түрлері және олардың өнімнің өзіндік құнының шығыстарын есепке алумен калькуляциялауды ұйымдастыруға әсері, шығыстар классификациясы және олардың өнімнің өзіндік құнына қалыптастыруға әсері, өнімнің өзіндік құнының шығыстарын есепке алумен калькуляциялаудың жалпы схемасы, ішкі шаруашылық есеп берумен бюджеттеу жүйесі, басқарудың орталықтандырылмауы және оның өндірістік есепке алуға маңызы,

шығыстардың пайда болу орындары және есеп беру орталықтары бойынша өндірістік есепке алуды ұйымдастыру, шығыстармен кірістерді бюджеттеу және бақылау, негізгі құралдармен материалдық емес активтерді есепке алу, негізгі құралдардың жалпы ерекшеліктері мен классификациясы және баға беру, негізгі ақша қаражаттарының қозғалысын құжатты түрде тіркеу, қолда бар және қозғалыстағы негізгі құралдарды есепке алу, негізгі құралдардың амортизациясын есепке алу, негізгі құралдарды жөндеу және қалпына келтіруді есепке алу, жалға алумен негізгі құралдардың лизингін есепке алудың ерекшеліктері, негізгі құралдарды қайта бағалауды есепке алу, негізгі құралдардың инвентализациясы, материалдық емес активтерді есепке алу, материалдарды есепке алу, материалдар, олардың классификациясы және баға беру, материалдардың қозғалысы бойынша операциялардың құжаттық тіркеуі, материалдардың қоймалық есебі және жауапты тұлғалардың есеп беруі, материалдарды синтетикалық және аналитикалық есепке алу, материалдарға (ҚҚС) салығы бойынша бюджетпен есеп айырысуды есепке алу, еңбекақы төлеу бойынша персоналмен есеп айырысуды есепке алу, еңбекақы төлеу бойынша есеп айырысуды есепке алу тапсырмасы және ұйымдастыру негіздері мен маңызы, еңбекақы төлеу жүйесі және түрлерімен формасы, мекеме қызметкерлерінің саны мен олардың жұмыс уақытын оперативті есепке алу, еңбекақы бойынша есеп айырысу және есеп айырысу және төлем тапсырмаларын құрастыру тәртібі, жалақыдан ұстау, еңбекақы төлеудің синтетикалық және аналитикалық есебі, әлеуметтік сақтандыру және қамсыздандыру бойынша есеп айырысуды есепке алу, өндірістік шығындарын және өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау бойынша есеп айырысуларды есепке алу, материалдық шығындарды есепке алу, еңбекақы төлеу және оның әлеуметтік қорғалауы бойынша есеп айырысуларды есепке алу, ғылыми зерттеулер және тәжірибиелік конструкторлық құрастырулар бойынша есеп айырысуларды есепке алу, өндірісті басқару мен қызмет көрсету бойынша есеп айырысуды есепке алу, өндірістік шығындарды есепке алу, аяқталмаған өндірісті бағалау және есепке алу, өзіндік өндірістік жартылайфабрикаттарды есепке алу, көмекші өндірістер шығындарын есепке алу, өндіріс шығындарының еркін есебі, өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, шығындарды есепке алу методімен жүйесі және өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, өндіріс шығындарын есепке алу тәсілі, ABC тәсілі бойынша шығындарды есепке алу, "Сандарт –кост" жүйесі бойынша шығындарды есепке алу, "Директ-костинг" жүйесі бойынша есепке алу, ЛТ жүйесі бойынша шығындарды есепке алу, өнімнің өзіндік құнын анықтаудың бөлек салаларымен өндірістердегі шығындарды есептеумен калькуляциялау ерекшелігі, набыхана кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, кондитерлік кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, консервтік кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, шұжық кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, сыра бұқтыру және алкогольсіз өнімдерін шығару кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, шеберхана кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, туристік кәсіпорындардағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, ауыр өнеркәсіптердегі шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, түрлі-түсті металл өңдеу өнеркәсіптердегі шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, мұнай-газ өңдеу кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, атом өнеркәсібіндегі шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, ауе көлігін құрастыру кәсіпорынындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, темір жол лакомативін құрастыру кәсіпорынындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, агроөнеркәсіп техникаларын құрастыру кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, құрылыс кәсіпорындарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, кеме құрастыру өнеркәсібіндегі шығындарды есепке алудың ерекшеліктерімен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау, қаржы ұйымдарындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктері, қызмет көрсету саласындағы шығындарды есепке алудың ерекшеліктері, өнім шығару және сатуды есепке алу дайын өнім және оның құны, дайын өнімді жылжыту бойынша құжаттық рәсімдеу, дайын өнімнің қоймалық есебімен материалдық жауапты тұлғалардың баяндамасы, дайын өнімді жіберуді есепке алу, дайын өнімді сатуды есепке алу, сатуға кеткен шығындар есебі, өнімді сату бойынша қаржылық нәтижелерді есепке алу, "шығын – көлем – кіріс" өзара анализі, өзара байланыс "шығын – көлем – кіріс" талдауының маңызы мен рөлі, өзара байланыс "шығын – көлем –

кіріс" талдауында маржиналды табыстың шарықтау шегі мен нормасын қолдану, залалсыз өндірісті анықтау тәсілі, маржиналдық қор төзімділігі, өндірістік леверидж.

Өндіріске шыққан шығындарды есептеу мен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау тәсілі - өнімнің нақты өзіндік құнын айқындайтын өндірістік шығындарды құжаттау мен көрсету әдістерінің жиынтығы. Шығынды есептеу мен калькуляциялау тәсілін кәсіпорын өз бетінше талдайды, өйткені жеке жағдайлардың бірқатарына: саланың кімге тиесулігіне, қолданылатын технологияға, өнім ассортиментіне және т.б. байланысты. Өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау әр түрлі тәсілдермен жүзеге асады. Калькуляция тәсілі - калькуляциялық бірліктің өзіндік құнын есептеп шығару үшін қолданылатын әдістердің жүйесі. Өнімнің өзіндік құнын калькуляциялау тәсілін таңдау өндіріс түріне, оның күрделілігіне, бітпеген өндірісі бар - жоғына, өндірістік циклдың ұзақтығына, шығарылатын өнімнің номенклатурасына және т.б. байланысты. Шығынды есептеу мен калькуляциялау тәсілдерін үш белгі бойынша топтастыруға болады:

- шығын есебі объектілері бойынша:
 - процесті;
 - бөлістік;
 - тапсырыстық;
- шығын есебінің толықтығына қарай:
 - толық өзіндік құнды калькуляциялау;
 - толық емес өзіндік құнды калькуляциялау;
- шығындар есебі мен бақылаудың оперативтілігі бойынша:
 - нақты өзіндік құн есебі;
 - нормаға сай шығындар есебі.

Бұл бөлімде шығындар есебі мен шығын есебі объектілері бойынша калькуляциялау тәсілдері қарастырылады. Өзіндік құнды калькуляциялаудың процесстік жүйесі біртекті немесе шамамен ұқсас, бірдей өнімді сериялар немесе жаппай өндіретін, не болмаса үздіксіз өндірістік циклді бар өндірісте қолданылады. Шығындардың процесстік калькуляциясын процесс деп аталатын өндірістік кезеңнің жеке бөлігін әрбір өндірістік бөлімше орындауын көздейтін технологиясы бар кәсіпорындар да қолданады. Өндіріс шығындарын процесстік калькуляциялауды сондай-ақ әр түрлі бұйымдарды жасайтын кәсіпорындар өндірістің барлық процесін тұрақты қайталанатын операцияларға бөлуге болатын жағдайда қолдана алады. Процесстік тәсіл көбіне өнеркәсіптің кен өндіруші және энергетика салаларында қолданылады. Бұл салалар өндірістің жаппай түрімен, өнімнің шектеулі номенклатурасымен, өлшеу мен калькуляциялаудың ортақ белгілерімен, бітпеген өндірістің мүлдем жоқтығымен, не болмаса, шамалы мөлшермен сипатталады. Жанақтай келгенде шығарылатын өнім бір уақытта шығын есебі объектісі мен калькуляциялау объектісі құны есепті жыл ішіндегі жиынтық шығынды бұл кезеңде өндірілген өнім санына бөлініп есептеледі. Біртекті өнім шығаратын жерде өндіріске шыққан шығындардың негізгі мөлшерін калькуляцияның барлық баптары бойынша оңай анықтауға болады. Көптеген кен өндіретін және қайта өңдеу өнеркәсібі орындарында жай тәсілді нормаға сай тәсілмен біріктіреді, осылайша өндіріс шығындарын бақылауды күшейтіп, өндіріс барысында шығындардың нормадан ауытқуын анықтайды. Көптеген кәсіпорындардың жұмыс тәжірибесі кәсіпорындарда нормаға сай тәсілдердің элементтерін өндірісті қарапайым бұйымдастырумен бірге қолданудағы дұрыстығы мен озықтығын дәлелдеді. Шығын есебі мен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялаудың қарапайым тәсілінің төрт нұсқасы бар. Бірінші нұсқа. Тікелей және жанама шығыстарды барлық шығарылған өнімнің шығындарына белгіленген баптар бойынша есепке алынады. Өнім бірлігінің өзіндік құнын барлық өндірістік шығындардың дайын өнімнің саны бөлумен анықтайды. Бұл өндірісте бітпеген өндіріс, жартылай өнімдер (полуфабрикат) мен дайын өнімнің құрамдас бөлігі (гидростанция, құм, балшық, қазу) болмайды. Екіншісі - дайын өнім мен бітпеген өндіріс арасындағы шығындарды бөлуді қажет (мысалы, ағаш дайындаушы өнеркәсіптің өңделмеген ағаштың 1м3 өзіндік құнын калькуляциялаған кезде) ететін жерде, бітпеген өндірісі бар кәсіпорындарда қолданылады. Үшінші - бір уақытта өнімнің бірнеше түрін шығаратын немесе қазып шығаратын: жылу мен электр энергиясын шығару; мұнай мен газ өндіру; балықтың сан түрін шығаратын кәсіпорындарға қолайлы. Мұндай жағдайларда шығындарға тұтастай кәсіпорын бойынша, яғни қарапайым тәсілмен есепке алады, ал өнімнің өзіндік құнын қисындастырған әдіспен калькуляциялайды. Мұнай мен газды өндіргенде энергетикалық шығындар, амортизация, бұрғылардың жерасты жабдықтарын, жөндеуді, қабаттың берерін артыруға, мұнайды айдау мен сақтауға жұмсалатын шығындарды тікелей белгі бойынша мұнайға, ал газ жинау тасымалдау шығыстарын газға жатқызады. Қалған шығыстарды мұнай мен газ арасында кәсіпорынның орташа келісімді бағалары бойынша бағалау мен жалпы өндіруге сайма-сай бөлінеді. Төртінші нұсқаны

шығындар есебін процестер немесе бөлістер бойынша бұл процестер немесе бөлістердің өнімнің (жартылай өнімнің) өзіндік құнын анықтамай жүргізетін кәсіпорындарда қолданады. Бұл вариантты химия өнеркәсібінде, құрылыс материалдары өнеркәсібі орындарында қолданады. Бұл жерде шығын есебі мен өнімнің өзіндік құнын калькуляциялаудың қарапайым және бөлістік тәсілдері үйлеседі. Процестік калькуляция жүйесі дайын бұйымдары азды – көпті ұқсайтын өнеркәсіп салаларында әрекет ететіндігі бұрын атап өтілді. Бұл жүйені пайдаланғанда өндіріс шығындарын нақты тапсырыстармен, өнімнің жеке бірліктерімен байланыстыруға әрекеттену жасалмайды. Керісінше, бір бұйымның өзіндік құнын белгілі бір кезең ішіндегі өндірістің өзіндік құнын сол кезеңде жасалған бұйым санына бөліп, есептеуге болады. Басқаша айтсақ, тапсырыстың өзіндік құны сол кезеңде жасалған барлық бұйымдардың орташа өзіндік құнына тең алынады.

Өзіндік құнды калькуляциялаудың процесстік тәсілі біртекті немесе шамамен алғанда ұқсас, бірдей өнімді сериямен немесе жаппай өнім өндіретін, не болмаса үзіліссіз өндірістік циклі бір технологиялық процестерде қолданылады. Шығындарды процесстік калькуляциялауды технологиясы әрбір өндірістік бөлімшенің өндірістік процестің жеке бөлігін орындаудың және өнімнің бір операциядан өңдеу шарасы бойынша басқасына жылжуын қамтитын субъектілер қолданады. Соңғы бөлімше өндірісті аяқтайды және өнімді дайын өнім қоймасына тапсырады. Белгілі бір уақыт кезеңі ішіндегі шығындарды тапсыралары орындауға қажетті уақыт ішінде емес, есепті кезең ішіндегі бұйымдарға қатыссыз, өндірістік бөлімшелер бойынша жинақтап қорытады. Әрбір бөлімше үшін «Бітпеген өндіріс» жеке шоты ашылады. Мұндайда есепті кезеңнің басы мен соңындағы бітпеген өндіріс шартты түрде біткен өнімдерге қайта, есептеледі. Мұндай өндіріске өнеркәсіптің кен өндіру салалары мен энергетика кіреді.

Мұнда шығарылатын өнім бір уақытта шығын есебі мен калькуляциялардың объектісі болып табылады. Шығындарды кіргізудің толықтығына қарай толық шығын мен өзгермелі (тікелей) шығын есебі тәсілдерін ажыратады. Толық шығынның ерекшелігі, тікелей шығыстар жасалған және қолданылатын нормаларға сәйкес өнімнің бірлігіне немесе басқа өлшеуішіне тура жатқызылуында. Мұндайда жанама шығыстар қосымша шығыстар коэффициентінің көмегімен қайсыбір базада өнім бірлігіне сайма-сай эсер етеді. Калькуляциялауда шығын есебі бірнеше кезеңмен жасалады; барлық шығындарды пайда болған жерлері мен бөлімшелер арасындағы жанама шығыстарды бөлу бойынша шоғырландыру; негізгі (түпкілікті) өнімді шығармайтын бөлімшенің шығындарын негізгі (түпкілікті) өнім шығаратын бөлімшеге қайсыбір базаға сайма-сай етіп қайта бөлу; негізгі (түпкілікті) өнім шығаратын бөлімшенің қосымша шығыстарын (өзіндік және қайта бөлінген) қайсыбір базада шығарылатын өнімге сайма-сай, үйлесімді етіп қайта болу. Бөлудің бірнеше базасын пайдалану кезіндегі мұндай тәсілдің олқылықтарына мыналар жатады: математикалық қателердің пайда болу ықтималдығының ұлғаюы; бұл тәсілде барлық жанама шығындар өзгермелі болғандықтан қосымша тапсырыстың бағасын тиімді анықтаудың мүмкін еместігі; ұйымның қай қызмет сәтінде пайда ала бастайтынын белгілеудің мүмкін еместігі; басқару шешімдерін қабылдаудың әр түрлі баламаларын қараған кезде шығындар тәртібі туралы қажетті мағлұматтар алудың мүмкін еместігі. Пайда жанама салықтарсыз түсім мен өндірілген өнімнің өзіндік толық құны арасындағы айырма ретінде есептеледі.

Өзгермелі (тікелей) шығындар тәсілінде толық емес өзіндік құнды есептеу жасалады. Ағымдағы шығыстардың (кезең шығыстары) бірен - сараны, жарым - жартылайы ескерілмейді және калькуляцияланбайды, зияндық нүктесіне жеткенше өзіне тұрақты шығындарды алатын, жеткен соң салық салынғанға дейін пайда болатын маржиналды пайда есебінен жабылады. Мұндай тәсіл директ - костинг жүйесі негізінде жатыр.

Әдебиеттер тізімі:

1. Н.Г.Данилочкина, Контроллинг как инструмент управления предприятием, М.: Аудит
2. В.Е.Ластовещкий, Учет затрат по факторам производства и центрам ответственности
3. А.Ш.Маргулис, Калькуляция себестоимости в промышленности
4. Друри К. Учет затрат методом стандарт-кост. М.: Аудит, издательское
5. Ч.Хорнгрен, Дж. Фостер, Учет затрат: управленческий аспект.

4 ГЛАВА МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

КОММУНИКАЦИЯ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГТІҢ ЕРЕКШЕЛІГІ.

Турлыбекова Н.М. – аға оқытушы

Клиенттермен қарым-қатынас орнату да тиімді 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 құруы;
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 желісіндегі маркетингті пайдалудың қажеттілігі Интернет желісінің басқа да бұқаралық ақпарат құралдарының алдындағы келесідей мүмкіндіктер мен артықшылықтарға ие болуы байланысты:

- Таргетинг – мақсатты сегментті нақты қамтылуы (географиялық, уақытылы, тақырыптық). *Targeting* (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 маркетингі (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 ақшалы 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 B2B нарығында (бизнес-бизнес, электронды коммерция жүйесі) жаңа интернет-дүкендердің пайда болуы. Тапсырыс беру, әлеуетті тұтынушылар мен өнім туралы ақпарат көздерін іздеуге онтайлы **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 Горюханның 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 банкинг көшбасшылары — Kaspi Bank (700 мың қолданушы Kaspi.kz сервисін қолданады), «Казкоммерцбанк» (600 мың қолданушы Homebank приложениесін), «Сбербанк», «Халықбанк» (более 850 мыңнан аса мобильді банкинг 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 koleza.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 Инترنت Бизнес және Мобильді Коммерция Ассоциациясының» бағасы бойынша қазақстандықтар жасайтын онлайн төлемдердің басым бөлігі шет ледерге 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 Инترنت 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, үшінші 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& PartnersConsulting компаниясының эксперттері Қазақстан нарығындағы ірі жарнама берушілер ретінде Mars, Henkel/Shewarzkopf және Procter&Gamble сияқты компанияларды көрсетеді.

Интернетте жарнама берерін 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 akkaунттар 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 мүмкіндіктіктер 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 СПГУЭиФ, 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.

ИННОВАЦИЯЛЫҚ МАРКЕТИНГТІК ТЕХНОЛОГИЯЛАР ТҮСІНІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Бейжанова А.Т. – э.ғ.к., доценті

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

кандай 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.

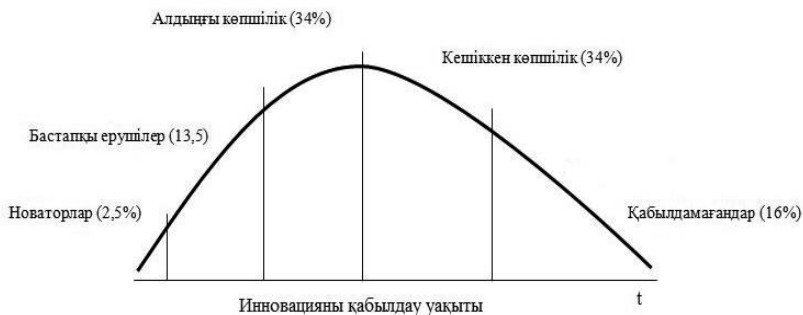
Инновациялық маркетинг – арнайы маркетингтік зерттеулер мен қалыптасқан нарық жағдайына белсенді әсер етудің негізінде фирмалар мен кәсіпорындардың инновациялық және өндірістік-өткізу қызметтерін бақылау мен оптимизациялауға бағытталған өндірістік-шаруашылық қызметтерінің объективті түрі. Басқаша айтқанда, 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 басыуына 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 маркетингісінің 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 жеңілдетіп 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 технолог 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 әлем бұрынғыға 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 көптірлілігі, 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.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РК

Ахметова З.Б. – к.э.н., ст. преподаватель, Ким И.А. – магистрант

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.

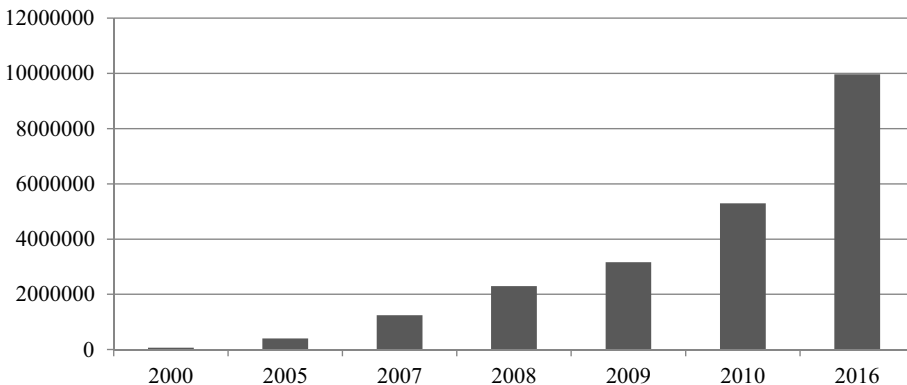
В целях освещения тенденций проникновения интернет-маркетинга, были изучены статистические данные, включающие в себя число интернет-пользователей и соответствующее соотношение с численностью населения (таблица 1). Доля проникновения интернет была рассчитана в качестве соотношения численности населения и годового 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.

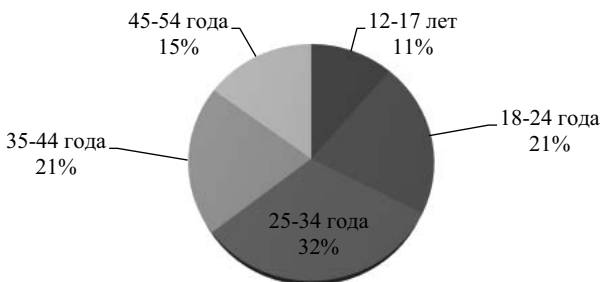


Рисунок- 2. Демографические характеристики пользователей интернет (по состоянию на 2015 год)

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 просматривания новостей.



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	GISMETEО.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%), Казакстан Темір Жолы (13%), Aviata (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 Берер (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.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРОДУКТА НА ОСНОВЕ МУЛЬТИАТРИБУТИВНОЙ МОДЕЛИ ВЫБОРА ТОВАРА

Кожамкулова Ж.Т. – к.э.н., доцент

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 – дополнительный 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					
	качест во	вку с	сост ав	полезнос ть	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.

ИННОВАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИХ РОЛИ И ВЛИЯНИЕ

Бейжанова А.Т. – э.ф.к., доцент

Кез келген елдің экономикалық өсімін негіздеуде инновацияның рөлі елдің экономикалық жүйесін толық айналымға үлдіріп қарастыруы 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;
- өндіріс 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.

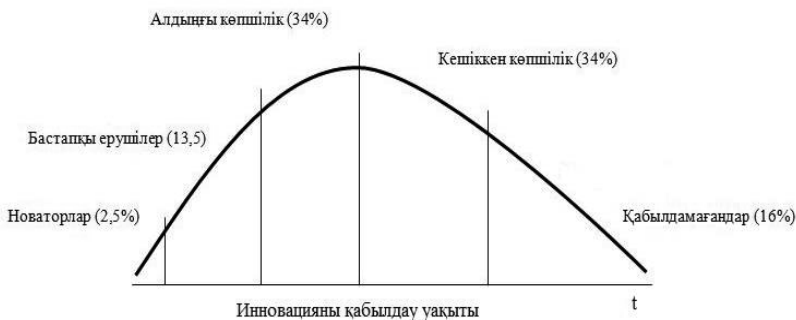
Жаңа технологиялар қолданылатын қызметтер аясы инновациялық қызмет деп аталады. Көптеген кәсіпорындар инновациялық өнім алға басуына жағдай жасайтын еншілес құрылымдар немесе инновациялық орталықтар арқылы дербес жұмыс атқаруға тырысады. Патентті-лицензиялық қызмет туралы білетін, зияткерлік меншік және инновациялардың коммерциялық қолданылуына керекті компоненттерді жетік білетін мамандар жұмысқа алынады.

Инновация маркетингісінің 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 Эверетта 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.

І-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 түзуе, 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 онтайландыру
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 технолог 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 әлем бұрынғыға 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 көптірілілігі, 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:

- 4 Янковский К.П. Инновационный маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 45 б.
- 5 Балабанов И.Т. Маркетинговые инновационные технологии в условиях рыночной экономики: учеб. для вузов. – М.: Юнити, 2011. – 330 б.
- 6 Лобастова О.В. Маркетинг инноваций: учеб. пособие. – Н: Нижегород, 2014. – 88 б.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЕЛ БРЕНДІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДА БІРІККЕН МАРКЕТИНГТІК КОММУНИКАЦИЯЛАРДЫҢ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ

Рысбаева Б.Б. – оқытушы

Жаңа заман талабына сәйкес қазіргі таңда кез-келген мемлекет, қалалар өз брендин құруға ұмтылады. Себебі, айрықша «бренд» болып табылатын мемлекет барлық кедегігіне 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.

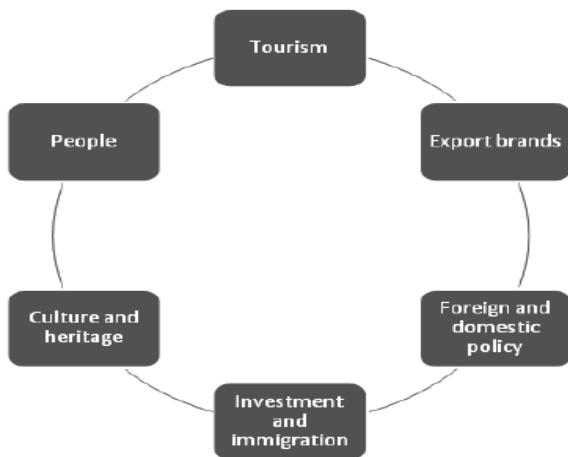
Әрбір мемлекет өзіне тән бірегейлігімен ерекшеленеді, бұл тұрғыда елдің орналасқан географиялық аймағы, мемлекеттің экономикалық жүйесінің құрылымы, саяси және әлеуметтік процесстері, мәдениеті, діни көзқарасы мен салт-дәстүрі негіз болады және ел брендин құруға жан-жақты ықпал етеді. Ел брендин қалыптастыру 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 брендин 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 брендин 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 брендин 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 брендин 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 брендин құру тәжірибесін талдай отырып, ел брендин 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 брендингі ел имиджін құрумен байланыстырған британдық Саймон Анхельт. Ол XX ғасырдың 90-шы жылдарында ағылшындық «Брендті басқару» атты журнал беттерінде «ел брендингі» 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 Анхольт 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 ИЫҰ-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 брендінің құрудың тиімді бағдарламасын жасауға мүмкіндік аламыз.

Қазақстан Республикасында ел брендінің 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, еліміздің 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 брендінің 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 брендінің құруда мемлекет атауымен ассоциацияланушы әрбір атрибут қолданылады. Бұл тұрғыда ел брендінің қалыптастыруда коммуникация құралдарының 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.

ПРОБЛЕМЫ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК РК

Мухтар Е.С. – PhD докторант

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 фат 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 обеспечение 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 связи с этим 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 вопреки.

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. Бірілқызы 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.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЕМ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ ГОРОДА АЛМАТЫ.

Нурсейтова Г.Б. – к.э.н., доцент, Жұмақан Д.С. – магистрант

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, несовпадающих 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 УТТА помогает г. Алматы в проработке модели частного-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

трекеры, 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 немоторизованных 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 индустриальную 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>

ЛОГИСТИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РК

Тышканбаева М.Б. – к.ф.-м.н., доцент

Нефтегазовая отрасль Казахстана занимает ключевое место в национальной экономике республики. 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

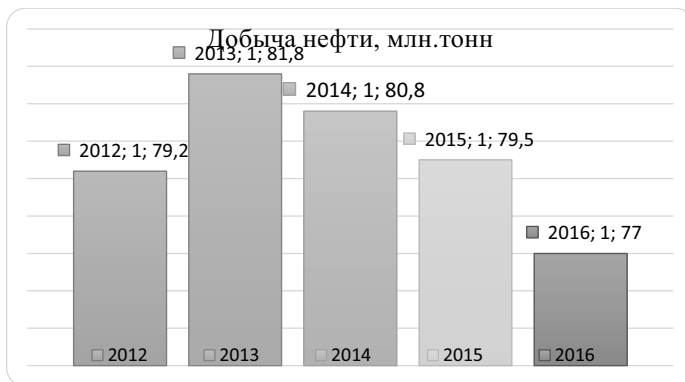


Рисунок 1 – Добыча нефти по годам 2012-2016 в РК

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 $R = \{r_1, r_2, \dots, r_n\}$ и финансового $C = \{c_1, c_2, \dots, c_k\}$ потоков. $F = \{f_1, f_2, \dots, f_n\}$ – 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 следующим 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. Тышканбаева 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. Тышканбаева 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

ЛОГИСТИКАЛЫҚ ҮДЕРІСТЕРДІ СИПАТТАУ ҮШІН CASE(COMPUTER AIDED SYSTEM ENGINEERING) ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫН ПАЙДАЛАҢУ

Шарапиева М.Д. – PhD докторант

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 танбалар 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, интерфейсдерді 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 берілген 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 қошу 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. BPWin 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 модельге 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 интерфейссті 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 реляциялық түрлерін ұстанады. Erwin – нің көмегімен ДҚ кері жобалау (реинжинеринг) немесе құруға болады. ERwin – де моделдеу 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 функциональды 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 функциональды 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 BPwin 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 жүйелер» НКБ ФУ, 2004

2. С.В.Маклаков «CASE-құралдары даму ақпарат жүйелер. BPWin мен Эрвин» -М.: DialogMifi, 2001

3. Маклаков С. «CASE-құралдары Компьютерлік Associates // Оқыту және консалтинг орталығы.

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.

ТЕОРЕТИКО-МНОЖЕСТВЕННОЕ ОПИСАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СНАБЖЕНЧЕСКОЙ ЛОГИСТИКИ ПРИ ПОСТАВКЕ РЕСУРСОВ

Ахметкалиева С.К. – к.т.н., доцент

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].

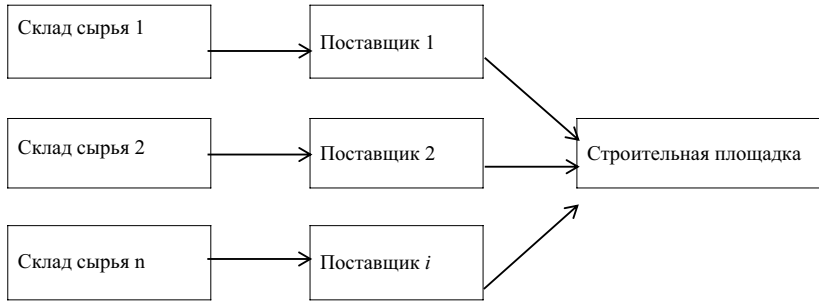
Для эффективного функционирования логистики снабжения необходимо знать, какие именно материалы необходимы для строительства объектов, составить план закупок, обеспечивающий согласованность действий всех отделов и должностных лиц предприятия по решению следующих задач снабжения:

- 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 $f_{\alpha}(\lambda, x_{\alpha}, y_{\alpha})$ 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 $(y_C, \{y_{\alpha}\})$. Возможны варианты, когда сообщаются оценки множеств состояний $Y = Y_C \cap Y_O$.



$$y_C \in Y_C \quad y_{O_i} \in Y_{O_i}$$

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:

$$\lambda \in L, \quad x \in X, \quad y \in Y,$$

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

$$y_{O_i} \in Y_{O_i}, \quad i \in I_O,$$

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

$$y'' = (y_C, y_O) \in Y'' = Y_C \times Y_O.$$

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:

$$\sum_{j=1}^m r_{ij} \cdot Q_j \cdot k_i - s_i = x_i, i = 1 \div n$$

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.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫН КӨЛІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ

Асқаров Ғ.А. – Phd докторант

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 үлесінің 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 өндірмейді, 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) .

	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);

- өндірістері, 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 сынары 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 қоданыстағы 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 қоданыстағы 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 осыке 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 үдемелілігі болыр отыр. Себебі Қазақстан жолдарының басым бөлімі (86%) XX 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 көлігі: 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

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ҚЫЗМЕТКЕ ПЕРСОНАЛДЫ ІРІКТЕУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Смағұлова Г.С. – з.ғ.к., доцент

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, үкімет 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.





Хабарландыру жариялау

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.

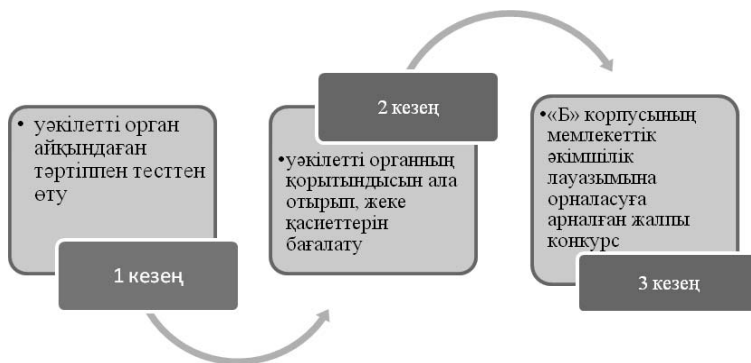
«Б» корпусының мемлекеттік әкімшілік лауазымына орналасуға арналған конкурстың 2 түрі бар:

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.



Кандидат

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.

